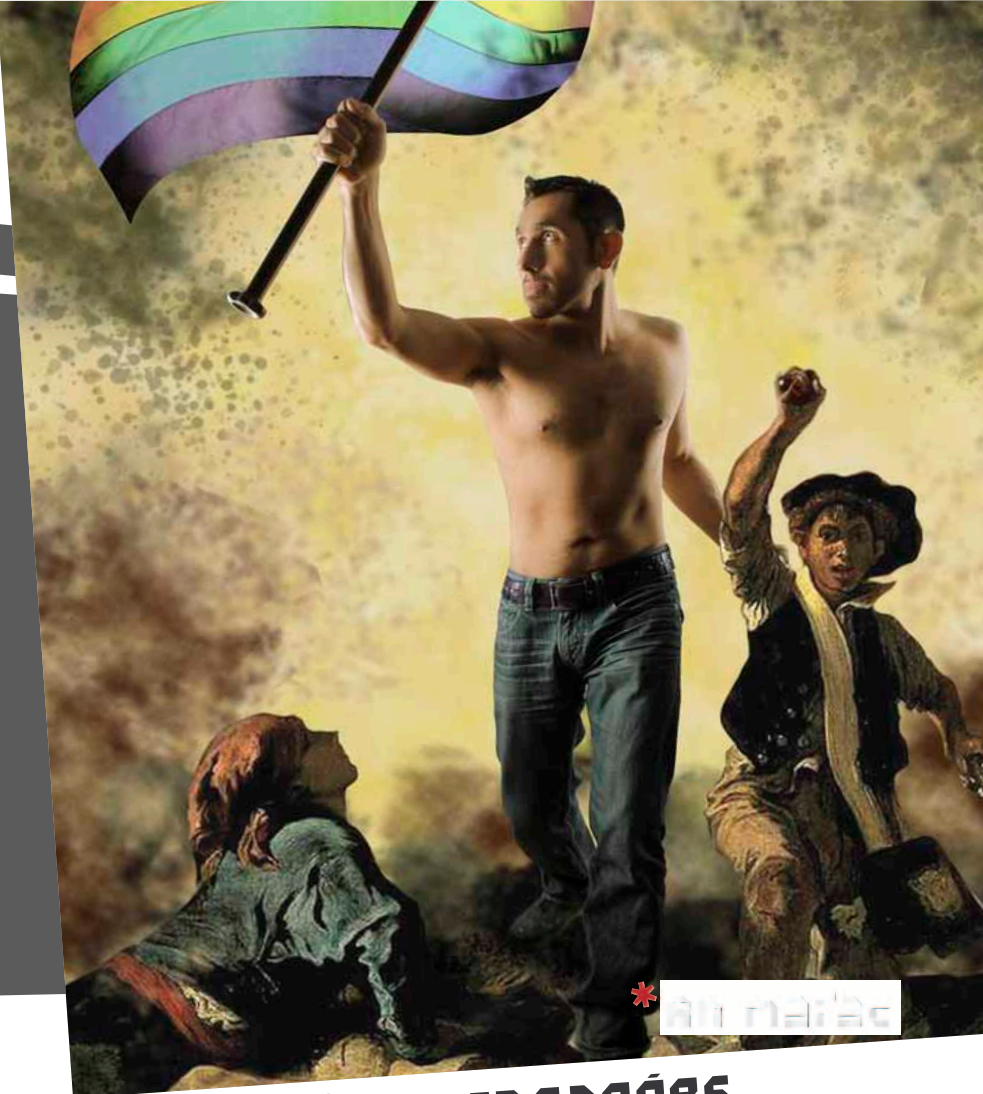


Associations engagées

L'Art au service d'une cause

Sommaire

INTRODUCTION	**P. 2**
ORGANISER UNE PROJECTION-DÉBAT	**P. 4**
ORGANISER UNE EXPO PHOTO	**P. 20**
ORGANISER UN CONCERT	**P. 31**
SENSIBILISER PAR LE THÉÂTRE-FORUM	**P. 42**
LANCER UN APPEL À CRÉATIONS ARTISTIQUES	**P. 52**
ORGANISER UNE MANIFESTATION AUTOUR DE L'ÉCRIT	**P. 61**

Associations engagées (1ère édition) - décembre 2010

■ **Directeur de publication :** Florian Prussak ■ **Rédaction :** Ana Lutzky ■ **Secrétariat de rédaction :** Camille Legault

■ **Conception graphique :** www.passemoilesel.com ■ **PAO et iconographie :** Jérémy Felkowski

■ **Photo de couverture :** crédits © *César Ochoa*

Imprimé par Presse Pluriel, 19 rue Frédérick Lemaître, 75020 Paris

INTRODUCTION

Interrogé sur la présentation d'une exposition photo consacrée aux bandes rivales du Salvador à un public relativement sélectif du Rotary club, Jean-Félix, de l'association Kouakilariv', répond : « *Le but, c'est de sensibiliser les visiteurs de l'expo photo, de leur montrer des choses qu'ils n'ont pas l'habitude de voir, de casser les préjugés, de les emmener là où ils n'iraient jamais. A travers des photos très quotidiennes montrant le contexte économique dans lequel ces salvadoriens grandissent, il s'agit de montrer que ce sont des personnes comme tout le monde, de remettre de l'humain dans le portrait de gens que l'on considère avant tout comme des criminels. En étant à l'extérieur, montrer comment cela se passe à l'intérieur : leur permettre un voyage par procuration.* »

En créant des dialogues théâtraux à partir de textes écrits par des sans-abris, Fanny de l'association Les Productions de la Fabrique parle aussi de « *donner la parole à ceux qu'on n'entend pas* ».

Manon, de l'association Les yeux dans

© Ciryl Krilakov

le monde, va même plus loin : « *Le film n'est pas seulement un moyen de présenter des faits, mais un objet de création à part entière. Projeter un film est pour nous un moyen de réfléchir aussi sur l'acte de création.* » Son association organise des projections-débats pour sensibiliser le public à certaines réalités sociales. En projetant des extraits filmés par des ouvriers, qui ont pris la caméra pour parler d'eux et de leur condition, l'association prend son public par la main et l'amène à réfléchir. « *Un film réussi, c'est quand la forme fait résonner le propos* » explique Manon.

Lorsque l'art porte une cause, l'inverse est vrai, de manière très réciproque. La qualité ou la puissance de l'expression comptent, et pour beaucoup. Au quotidien, les

associatifs étudiants bâtissent des projets et des événements où l'art occupe une place centrale pour faire passer un message. Ils ont autant à cœur de communiquer au monde les valeurs qui leur sont chères, que de valoriser des œuvres.

Le guide que vous avez entre les mains est un condensé d'expériences qui permettra à tous les porteurs de projet de faire passer, à travers l'art, les messages qui leur tiennent à cœur. Car la bonne volonté ne suffit pas. Comment préciser sa cible, définir et décliner un fil rouge pour son expo sans avoir l'air de superposer des photos sans suite ? Comment améliorer la qualité de ce qui est réalisé ? Comment faire passer un message de façon pertinente ? Comment prouver, au sein des dossiers de financement que les étudiants remplissent à l'aube, que le projet proposé est sérieux, tant du côté du message que de l'exigence artistique ?

Suivez le guide ! Vous y trouverez six fiches pratiques à garder dans la poche pour ne pas se laisser décourager par les obstacles, à l'heure de se lancer dans une belle aventure associative.

© Art of Moves Festival

ORGANISER UNE PROJECTION - DÉBAT

Vous avez toujours rêvé de réaliser des œuvres cinématographiques poignantes sur les choses qui ne tournent pas rond sur notre planète ? Ne vous emballez pas, le chemin risque d'être long. Organiser une projection autour d'un sujet qui vous tient à cœur peut néanmoins - et c'est déjà pas mal - permettre de sensibiliser un large public de manière moins formelle qu'une conférence. Quelques conseils pour faire briller les projecteurs…

1/ CHOISIR LE PROGRAMME DE SA PROJECTION

Tout d'abord**, il va falloir passer un peu de temps à trouver votre spécificité** (vous ne pensiez pas vous en tirer à si bon compte !). Qu'avez-vous envie de défendre ? En quoi est-ce distinctif par rapport à tout ce qui se fait déjà en termes de cycles de projection ciné ? Thèmes traités, formes de films, éléments qui entoureront la projection : une fois que vous aurez trouvé votre fil rouge, ces aspects se déclineront naturellement.

L'association Les yeux dans le monde, à Paris, a par exemple choisi des critères de sélection précis pour ses projections mensuelles « Cinéscales » : elle propose des documentaires de création relativement atypiques sur la forme, et soulevant des questions sociales ou politiques sur le fond.

Sur cette base, un cycle cohérent de projections peut être construit. Vous pourrez ainsi monter une série autour d'un journal intime filmé (comment dit-on « je » dans un documentaire ? Comment partage-t-on des retrouvailles familiales ?), autour des questions d'exil et de migration (exprimer par l'image l'attente, la clandestinité, le déplacement…), voire même proposer des thèmes assez accrocheurs : une série autour du goût, de la cuisine et des épices permet par exemple de faire voyager le spectateur et de le plonger dans la diversité culturelle via son estomac… !

© Miss Pixels

Vous gagnerez aussi à identifier les publics auxquels vous avez envie de vous adresser : un quartier ? Des enfants ? Des étudiants ? Plusieurs générations? Des populations différentes ? Dès lors, vous pourrez mieux cibler le lieu et la forme de votre projection.

Une fois ce premier pas fondateur accompli, chers lecteurs, il est désormais temps de choisir votre camps. Si, et seulement si, vous avez décidé de projeter un film réalisé de vos blanches mains, reportez-vous au paragraphe qui suit. Si, à défaut d'être un Fellini, vous avez quand même prévu de vous lancer dans l'organisation d'une projection et recherchez des supports, rendez-vous au paragraphe numéro deux. Enfin, tous les participants sont invités à jeter un œil au paragraphe trois.

✔ *Projeter son propre film*

Rien ne vous interdit de projeter votre œuvre un beau matin et sans autre forme de procès. *A priori*, vous aurez su éviter l'écueil du sujet « bidon », ou du film de vacances qui n'intéresse personne (ça s'est vu, si si) ! Néanmoins, façon old school, nous

© Miss Pixels

vous aurions conseillé de protéger votre film-reportage d'un plagiat en le déclarant à la SACD ou SCAM : le dépôt se fait auprès de la SACD pour les fictions (société des auteurs et compositeurs dramatiques, ***www.sacd.fr***) et de la SCAM pour les documentaires (société civile des auteurs multimédia, ***www.scam.fr***). Il vous en coûtera 46 euros pour 5 ans dans le cas de la SACD. A la SCAM, le dépôt coûtera 15 euros pour deux ans et 30 euros pour 5 ans si l'œuvre est la propriété d'une personne physique ; 76 euros pour deux ans et 152 euros pour 5 ans si l'œuvre est la propriété d'une personne morale.

Mais un associatif fana de logiciels libres nous a exposé sa vision des choses : beau raisonnement que celui de se protéger contre les usurpateurs... Le film que vous aurez préparé pendant des semaines ou des mois, en y mettant du cœur et de l'argent, aura le privilège de mourir lentement au fond d'un carton en espérant qu'un potentiel utilisateur vous le réclame. Qui viendrait vous réclamer un film qu'il n'a pas vu et dont il n'a pas forcément entendu parler ? Tant de travail sur le reportage, d'investissement humain et de conviction méritent meilleur sort, non ?

Aussi, **si vous souhaitez partager votre vision du monde** et la diffuser auprès d'un public toujours plus nombreux en espérant le sensibiliser à votre cause, **laissez circuler la vidéo sur le net et faites-en la plus grande publicité possible au lieu de la cloisonner**. De cette manière il y aura une certaine cohérence entre les enjeux de sensibilisation du grand public et l'exploitation de la vidéo. Quant à la potentielle récupération à but commercial par un tiers, de formidables outils juridiques appelés licences libres permettent de concilier libre circulation, preuve de paternité et rémunération de l'auteur en cas d'utilisation commerciale (les licences CC-by-nc en font partie).

© Furman

📖 *Plus d'infos : fr.wikipedia.org/wiki/Licence_libre*

✔ *Projeter le film d'un autre*

On ne va pas vous refaire un speech sur les méfaits du piratage, surtout lorsqu'il s'agit d'une projection publique, mais on le pense très fort. Reste maintenant à jeter votre dévolu sur un film. Rien ne vous interdit de projeter pour la trente-huitième fois dans votre ville « Une vérité qui dérange » pour sensibiliser au changement climatique. Mais vous pouvez aussi **choisir de sortir des sentiers battus et cibler un film très polémique ou très peu vu** : toute invitation à sortir des classiques déliera les langues et marquera les

esprits. La maison du documentaire de Lussas en Ardèche, temple du genre, regorge par exemple d'œuvres très peu diffusées et qui valent le détour. Son catalogue, à jour, et sa vidéothèque devraient faire votre bonheur. En leur passant un coup de fil, vous pouvez même souvent obtenir les droits de diffusion.

📖 *Pour retrouver toutes leurs coordonnées, rendez-vous dans la partie Ressources, p. 17.*

De manière générale, **lorsque vous repérez un film qui vous intéresse, prenez le réflexe d'écrire à celui qui l'a produit** pour lui signifier votre envie de le projeter : tout finit par se savoir. Si ce film est autoproduit, vous pouvez trouver un arrangement à l'amiable avec le réalisateur, voire obtenir une cession de droits à titre gracieux. Néanmoins, si votre association a un peu de budget, elle peut décider de le soutenir et de récompenser son courage pour s'être lancé sans filet : 150 voire 200 euros sont en moyenne le tarif de location pour une projection d'une heure et demie. Face à des sociétés de production, vous pouvez toujours tenter de négocier, mais gardez en tête que ces dernières se battent souvent pour défendre des films exigeants, et qu'elles ont donc aussi besoin d'être soutenues. Budgétez également à l'avance, le cas échéant, le défraiement et le transport du réalisateur venu assister au débat.

© Union Docs

Vous pouvez enfin **chercher votre bonheur parmi les films réalisés par des associatifs**. Parce que les bons comptes font les bons amis, il est, dans ce cas, fortement conseillé de formaliser le partenariat que vous établirez avec ledit réalisateur, par exemple par le biais d'un contrat écrit stipulant les conditions dans lesquelles vous aurez la possibilité d'exploiter son support vidéo.

✔ *Organiser un débat*

Vous pouvez, bien sûr, vous contenter de projeter le film puis laisser votre public repartir dans la nature. Il peut

néanmoins être intéressant de faire suivre cette projection d'un débat invitant les spectateurs à discuter de ce qu'ils ont vu. Si ce film est le vôtre, ou que vous vous sentez la capacité de répondre aux questions du public, **ce débat peut prendre la forme d'une discussion entre participants autour d'un thème donné ou simplement en réaction au film**. Si vous considérez que les échanges méritent les lumières d'experts ou de parties prenantes, il vous faudra alors prendre contact avec les interlocuteurs pertinents et leur présenter votre démarche.

Ce temps de rencontre demande une certaine préparation pour que tout se passe bien le jour J. Visionner le film et bien en saisir le propos, rencontrer le réalisateur et lui poser une série de questions vous permettront de rebondir lors de la projection. **Le choix du film, comme celui des intervenants, est déterminant**. Rien de plus triste qu'un auditoire éparpillé et perdu au milieu des détails d'un débat entre juristes chevronnés ! **Un débat bien problématisé, clivant, a au contraire toutes les chances de faire un carton**.

Lorsque la convivialité parvient à s'installer avec l'équipe du film et les intervenants invités, les discussions se poursuivent souvent jusque tard dans la nuit. De quoi laisser un peu de magie flotter dans l'air et permettre à chacun de repartir chez lui conscient du fossé entre ce moment partagé et un DVD regardé en solo.

© Union Docs

QUELQUES EXEMPLES DE DÉBATS

L'association CAELIF (Collectif des Associations Étudiantes LGBT d'Ile-de-France) a par exemple choisi de réunir un prêtre, un rabin, un imam, et un militant d'Act-up pour aborder la prévention des risques face au Sida. Secousses (constructives, bien sûr) garanties ! Variante environnementale : lors de la semaine du développement durable, des organisateurs ont fait suivre la projection par une joute entre représentants d'entreprises et membres d'associations d'environnement. L'association Energie Citoyenne à Perpignan appâte quant à elle son public par le classique « on vous ment » et l'invite à découvrir des documentaires choc sur la prison, les OGM, ou encore les nanotechnologies. Le film « Homo toxicus », consacré à toutes les pollutions que notre organisme ingère à notre insu, a ainsi marqué leur auditoire. Elle a par ailleurs organisé un match entre pro-nucléaires et anti-nucléaires, les idées de chaque camps étant examinées les unes après les autres. Une invitation à mieux se documenter et à exercer son libre arbitre.

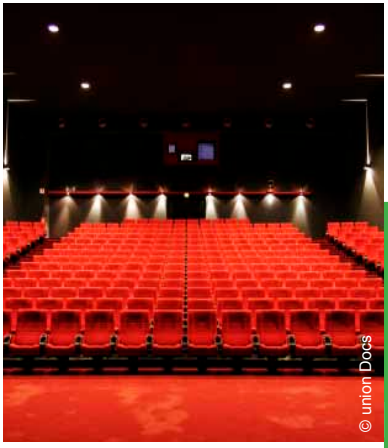
2/ MONTER SA PROJECTION

Un réalisateur n'est rien sans un producteur qui assure derrière. Son rôle : trouver la salle, faire la promo du film, récolter les fonds et gérer les tracasseries administratives. Voici quelques conseils pour brûler les étapes.

✔ *Trouver la salle*

Quasi toute salle disposant de chaises et de murs peut faire l'affaire pour une projection débat. Quasi car, juridiquement, puisque c'est une projection à titre privé et non commercial que vous organisez, il faudrait que la projection ait lieu dans les locaux de votre association. Mais par extension, la fac et autres salles gratuites (cafés avec salle annexe à l'étage ou à la cave par exemple) peuvent convenir. Quelques cinémas d'art et d'essai tel que La Clé ou le Cinéma des cinéastes à Paris accueillent également des associations.

Certains détails ont par ailleurs leur importance. Tout d'abord, la salle vous permettra-t-elle de disposer d'une obscurité totale ? Si ce n'est pas le cas, oubliez tout de suite : il n'y a rien


© union Docs

de plus agaçant pour le public que de tenter de deviner des silhouettes sur un écran translucide. Songez ensuite aux prises électriques : ça n'a l'air de rien comme ça, mais ce sont elles qui vont décider de l'emplacement du vidéoprojecteur, des enceintes... **Assurez-vous ensuite que tous les spectateurs pourront bien voir l'écran et entendre les dialogues où qu'ils se trouvent dans la salle**. Ainsi, certaines associations ont dû renoncer à leur café de prédilection car le brouhaha de fond rendait la séance crispante au possible. Lancer une projection dans de mauvaises conditions ne rendrait pas hommage au film, et le réalisateur éventuellement invité risquerait d'être déçu.

Pour trouver la perle rare, commencez par contacter l'administration de votre école ou université. La plupart des amphis sont en effet conçus pour des projections et constituent donc des lieux parfaits pour accueillir de tels événements. Si cela ne donne rien, vous pouvez tenter le coup du côté des salles MJC, des mairies, mais aussi des structures travaillant sur vos thématiques. Si vous vous apercevez que vous ne disposez pas du matériel nécessaire pour diffuser votre film dans ces salles, **n'hésitez pas à demander leur aide au ciné-club de votre fac ou aux associations habituées à organiser des projections**.

Autre possibilité : vous lancer dans la projection itinérante. Cette option peut être intéressante pour aller dans des villages ou à la rencontre de publics n'ayant pas accès au cinéma. Dans ce cas, il vous faudra emporter tout le matériel de projection avec vous, et rendre votre écran démontable, ainsi que votre sono et votre projecteur facilement transportables. L'association le Ciné-ma Numérique Ambulant qui sillonne l'Afrique et la Corse, vous sera de bon conseil pour ce genre de projet (*www.c-n-a.org*).

Attention, **régler tous ces détails en amont ne vous dispense pas de venir faire tous les réglages et vérifications utiles le jour J.** Comptez trois heures d'installation si c'est vous qui apportez tout le matériel, et pensez à vous munir de votre boîte à outils et de votre esprit bricoleur pour éventuellement fignoler des suspensions de plafond pour l'écran. Si la salle est déjà équipée, deux ou trois exemplaires du DVD ne seront pas de trop au cas où le premier « sauterait », ou, plus sûr, une K7 beta num pour assurer vos arrières.

Dans tous les cas, **veillez à ce que le réalisateur soit présent avec vous lors des essais et du réglage du projecteur** : ce dernier sait ce qu'il veut, est habitué à ces réglages et

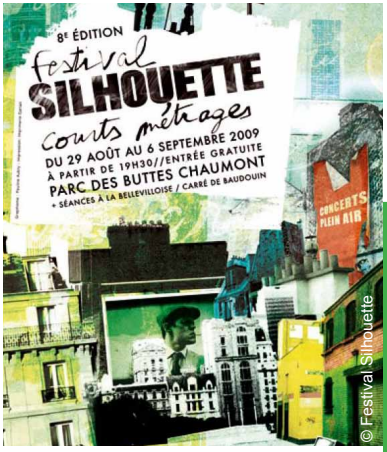
© 2 create

saura vous guider. Rien ne serait plus dommage que de le voir débarquer au beau milieu de la projection et manger son chapeau parce que le volume sonore, le contraste et les couleurs ne sont pas à son goût. S'il a fait un travail précis sur la forme, il serait un brin absurde que la projection ne restitue pas le travail de montage et de mixage !

✔ *Faire la promo*

Objectif : éviter que votre salle ne soit aussi vide qu'un cinéma d'art et d'essai un après-midi d'été. Pour cela, commencez à éditer des affiches et tracts dès que vous connaissez la date et le lieu de la ou des projections. **Il est important que votre communication soit claire sur la « ligne éditoriale » du cycle de projections**. Avoir des rendez-vous réguliers et bien identifiés (même lieu, même heure, un vendredi par mois par exemple avec pot d'accueil à 19 heures, film à 20 heures puis débat) vous permettra de fidéliser votre public sur le moyen terme.

Comme tout associatif éco-responsable qui se respecte, vous veillerez à économiser le papier, dans l'idéal écolabellisé. Utilisez les



© Festival Silhouette

radio-campus, agendas culturels sur le net… Le campus de la fac constitue aussi un excellent terrain de recrutement. Mais pas seulement : **demandez aux associations qui travaillent sur votre sujet de prédilection, aux clubs et associations de cinéma d'annoncer votre projection**. Vous pouvez également tenter de faire relayer l'information dans les médias locaux. Enfin, n'oubliez pas d'en faire part à Animafac !

Attention néanmoins, lorsque vous communiquez : de manière générale, rien n'est simple sur les droits audiovisuels. Dans le cas où une structure a acquis un DVD et vous le prête gracieusement pour une

projection, il ne faut pas faire une communication à tout va en citant le film, le producteur... mais plutôt vous contenter d'annoncer « une projection sur tel sujet ». En terme de public, de la même façon, il faut que la projection s'adresse aux membres de votre association. Une façon de vous dépêtrer de ces règles juridiques est de proposer aux spectateurs une adhésion temporaire, le temps du film, contre une entrée à un prix modique faisant office d'adhésion (pour plus d'infos, voir plus bas « Récolter quelques sous »).

✔ *Assurer l'événement*

Dans la plupart des salles, il est obligatoire de souscrire une assurance « responsabilité civile » couvrant les dégâts matériels occasionnés à la salle et les dommages causés aux personnes. **Pensez à faire les démarches nécessaires au plus vite** : l'attestation peut en effet être une condition *sine qua non* pour louer une salle ou du matériel. Le délai entre la demande d'affiliation et la réception de l'attestation est d'environ une semaine. Si le matériel que vous utilisez pour votre projection vous appartient et qu'il a de la valeur, vous avez intérêt à souscrire également une extension « tout risque matériel » pour vous couvrir en cas de vol ou de détérioration. Le prix de cette extension dépend de la valeur de votre matériel et de la durée de l'exposition mais le tout excède rarement les 20 euros.

L'APAC, service assurance de la Ligue de l'enseignement, propose une affiliation spéciale « Associations étudiantes » au tarif de 80 euros par an. Pour en savoir plus, www.etudiants.laligue.org

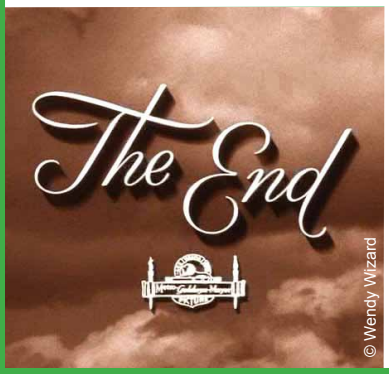
✔ *Récolter quelques sous*

Même si votre salle est gratuite et que les supports proposés coûtent très peu cher, un tel événement pourrait néanmoins vous demander quelques dépenses : impression de documents de communication, éventuel buffet, frais de montage ou de matériel, déclaration, assurance...

Les financeurs publics tels que les mairies, les Départements, les Régions ou le CNC soutiennent des projets d'envergure. Mais les petites projections sont plus difficiles à financer : comptez sur les aides universitaires et les services étudiants. **La solution : mettre le**

paquet sur les avantages en nature. Demandez à la structure qui vous accueille si elle accepte de prendre en charge le buffet (solidaire) qui suivra la projection et sollicitez également les associations travaillant sur vos sujets. Les magasins spécialisés seront peut-être d'accord pour vous prêter du matériel de projection si vous leur expliquez votre démarche et proposez d'apposer leur logo sur vos documents de communication.

Un seul bémol à cette recherche effrénée de financements : la réglementation sur l'exploitation commerciale des œuvres visuelles est complexe et stricte. Si votre entrée est payante, cela doit servir à financer vos frais mais en aucun cas à faire un bénéfice. Sinon, c'est une diffusion commerciale et vous devrez entre autres acquérir le DVD au prix fort.



© Wendy Wizard

Énergie Citoyenne

L'association Énergie Citoyenne propose autour de ses projections un buffet bio végétarien avec prix libre de la nourriture ! Une manière militante et intéressante d'inviter l'auditoire à un rapport moins « consommateur » de l'événement. Par ailleurs, théâtre de rue, jeux interactifs, balade du dimanche en montagne avec une conteuse, campagne de nettoyage de la fac ou encore peinture sur route font partie des nombreux à côtés que l'association propose autour de ses projections de films de défense de l'environnement. Si ça peut vous donner des idées… !

3/ APRÈS LA PROJECTION

Le mot « the end » gravé sur l'écran, un public qui commence déjà à chercher la sortie… Votre première séance s'achève. Que faire pour que ce ne soit pas la dernière ?

✔ *5 minutes après*

Ne laissez pas vos spectateurs s'évaporer dans la nature. Un temps informel, autour d'un buffet solidaire par exemple, peut être un bon moyen

de recueillir leurs impressions, leurs commentaires… Et de vous en inspirer pour organiser de nouvelles projections. Faire d'un tel événement un moment de détente autant que de réflexion pourra, de plus, vous permettre de capter un public qui sera ravi de revenir pour d'autres projections.

✔ *Une semaine après*

Réaliser un compte-rendu écrit, filmé ou audio peut être un bon moyen de garder une trace de votre événement. Cela vous permettra non seulement de le valoriser dans le prochain dossier de présentation de votre association mais également de communiquer *a posteriori* sur la projection. Et ce notamment auprès des médias, des associations partenaires et d'éventuels financeurs qui, si l'événement a eu du succès, pourraient bien être tentés de vous donner quelques subventions pour votre prochain opus.

✔ *Un mois après*

Votre film a eu du succès et a permis de sensibiliser un large public ? Il serait dommage qu'il finisse sa vie dans un carton. **Faites savoir que votre œuvre existe et proposez à d'autres associations de l'utiliser** pour des projections. Veillez cependant à établir, avec les associations qui vous l'emprunteront, une convention de partenariat afin de définir les conditions d'exploitation de votre film.

📖 *Pour plus d'informations, consultez la fiche pratique « Rédiger une convention de partenariat » disponible sur www.animafac.net, rubrique « Boîte à outils », « fiches pratiques ».*

✔ *Trois mois après*

De très nombreux concours, appels à projets et un certain nombre de structures récompensent et financent des courts-métrages et documentaires sur des sujets d'intérêt général. N'hésitez pas à vous renseigner, dès la rentrée, auprès du CNC, et consultez régulièrement l'annuaire des appels à projets du site d'Animafac (rubrique « Boîte à outils »), qui recense les différents programmes pouvant vous intéresser. Tout travail vaut bien reconnaissance !

LES RESSOURCES POUR ORGANISER UNE PROJECTION

Première chose à faire pour être un bon organisateur de projections : voir soi-même beaucoup de films, écumer les festivals, et s'imprégner de ce qui se fait ailleurs. Dommage de rester dans son coin alors que le net et votre quartier pullulent de passionnés du grand écran !

■ **Energie Citoyenne** propose sur son site internet une médiathécolo très bien faite, avec des films libres de droit souvent dégotés auprès de petites boîtes de production. ***http://energiecitoyenne.free.fr***

■ **L'association Silhouette** organise un festival de courts métrages en plein air dans le parc des buttes Chaumont à Paris. Si la projection de films n'est pas le cœur de métier de votre association, mais que vous souhaitez en organiser ponctuellement, elle peut vous fournir une prestation « clé en main » : programmation de la séance et négociation des copies, fourniture du matériel technique nécessaire à la projection et présence du personnel technique spécialisé.
www.association-silhouette.com

■ **Le site Format Court**, apparu sur la toile en 2009, traite du court métrage de façon diversifiée et originale. A travers ses critiques de films, chroniques DVD, portraits d'artistes et suivis de festivals, Format Court fidélise son affection pour le ciné-bref, qu'il s'agisse de mettre en avant de nouveaux talents ou de faire redécouvrir des œuvres existantes. ***www.formatcourt.com***

■ **Le RED**, réseau d'échange et d'expérimentation pour la diffusion du cinéma documentaire, réunit un grand nombre de structures en France, petites et grandes, qui travaillent à diffuser le documentaire. Pour les rejoindre ou simplement les contacter : ***www.lesecransdocumentaires.org***

■ **L'ADDOC**, association des cinéastes documentaristes, est un espace de rencontre et de réflexion ouvert à toute personne impliquée dans la création documentaire. En 2004, l'Addoc a par exemple organisé le premier Salon des Refusés du documentaire, en partenariat avec le Forum des Images. 554 films refusés ou censurés par les chaînes nationales ont été présentés au public pendant un mois ! ***www.addoc.net***

■ **Le ROD**, Réseau des Organisations du Documentaire, réunit, de manière informelle, les principales organisations d'auteurs, de réalisateurs et de producteurs de documentaires. ***www.reseau-doc.org***

■ **L'ACID**, Association du Cinéma Indépendant pour sa Diffusion, est une association de cinéastes qui soutient la diffusion en salles de films indépendants et œuvre à la rencontre entre ces films, leurs auteurs et le public. ***www.lacid.org***

■ **Le portail du film documentaire** est une excellente base de données proposant 17 500 documentaires, 9 000 auteurs-réalisateurs et 350 festivals référencés ; des extraits et bandes annonces et une newsletter à tomber par terre. Bref, courez-y ! ***www.film-documentaire.fr***

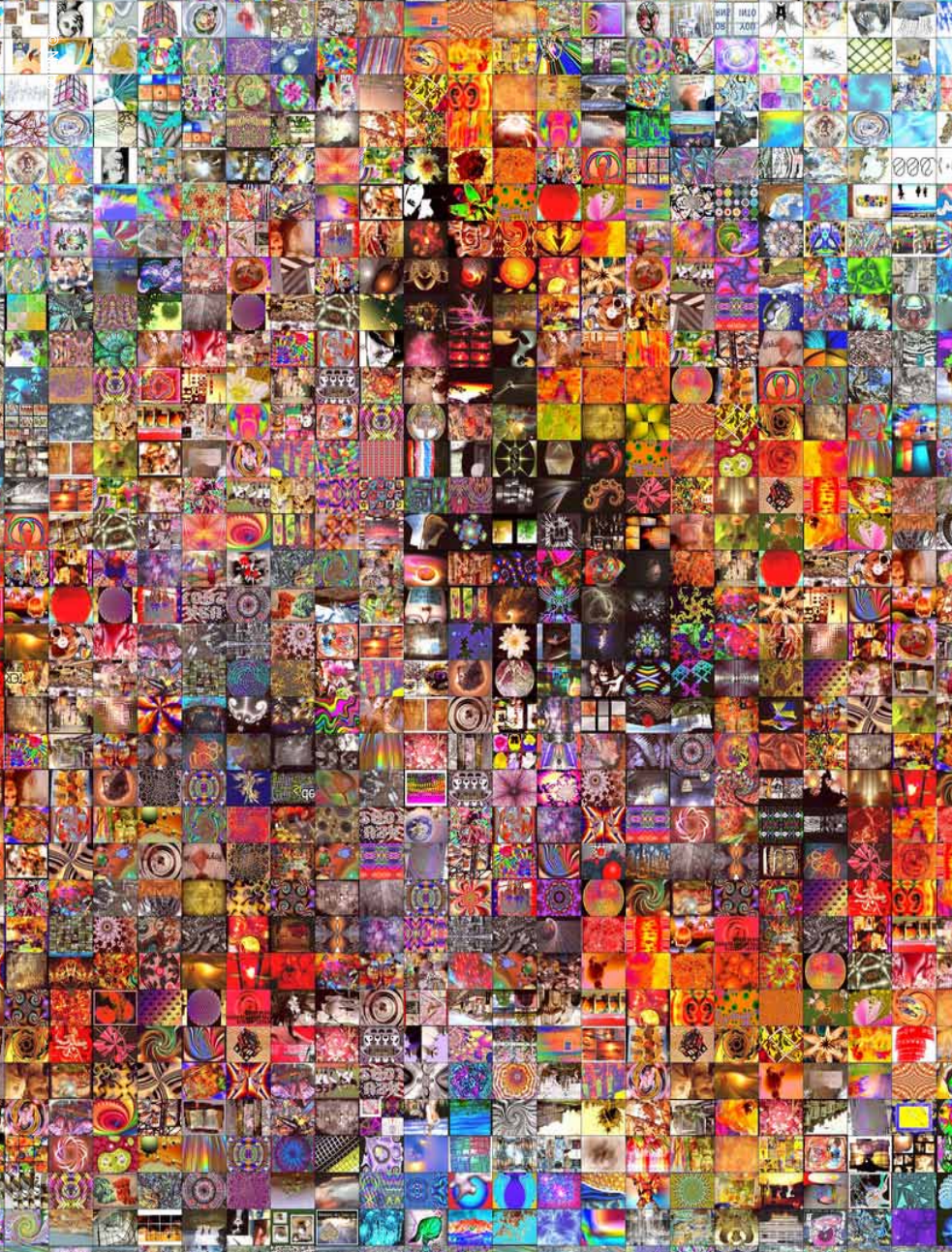
■ **La Maison du doc'**, créée en 1994, est née de la dynamique de diffusion et de production de films documentaires développée à Lussas depuis de nombreuses années. Elle a pour objectif d'accompagner la création documentaire et de favoriser la diffusion des films.
www.lussasdoc.com

■ **Etudiants et Développement,** réseau d'associations étudiantes de solidarité internationale, met gracieusement à disposition des associations des vidéos.
www.etudiantsetdeveloppement.org

■ **La Médiathèque des Trois Mondes (MTM)** diffuse et assure la promotion de films d'Afrique, d'Amérique latine et d'Asie traitant plus particulièrement de l'immigration, du développement et des droits de l'Homme.
www.cine3mondes.com

■ **Ritimo** est un réseau national d'information spécialisé sur la solidarité internationale et le développement. Cherchez le centre Ritimo le plus proche de chez vous sur ***www.ritimo.org***

© la Fabrique



Organiser une expo photo

© FlexGraph

Monter une exposition n'est malheureusement pas aussi simple que d'aligner des photos de vacances sur le mur du salon. Nous arrêterons là les considérations artistiques de cette fiche pratique qui, comme son nom l'indique, n'a pas d'autres prétentions que d'aborder les aspects techniques d'une telle entreprise. Tout cela afin que votre fibre artistique et vos neurones en ébullition puissent s'exprimer librement, loin des tracasseries matérielles...

1/ UNE EXPOSITION EN FORME

On a dit qu'on ne donnerait pas de conseils artistiques, et nous allons tenir parole ! Pour les néophytes de l'exposition, voici néanmoins quelques tuyaux pour aborder le premier vernissage.

✔ *Une expo = un thème*

Parce que le spectateur n'est pas dans votre tête, votre exposition doit être conçue de manière à ce que le message que vous souhaitez faire passer soit aisément compréhensible. **Il est donc important que vous vous interrogiez non seulement sur ce que signifient vos œuvres, mais également sur la manière de les agencer**. Comme pour une composition écrite, fixez un angle puis déroulez votre sujet selon une logique définie. Le but : que tous les objets exposés soient liés. Si le fil conducteur ne vous paraît pas facilement identifiable, vous pouvez choisir de commenter vos œuvres ou de les illustrer à l'aide d'un fond sonore, qui permettra de donner des pistes de lecture aux visiteurs.

✔ *Dehors, les complexes*

Par ce qu'elles expriment, les œuvres exposées auront vocation à sensibiliser le public autour des questions qui vous sont chères.

Mais doit-on forcément renoncer à monter une exposition sous prétexte qu'on ne se sent pas l'âme d'un Cartier-Bresson ? La réponse est, bien évidemment, non. Si la succession de photos de voyage sans fil rouge est à bannir, **l'art se trouve en toute chose**, **même dans des objets au premier abord banals**. Par exemple, si les dessins exposés ont été réalisés par une catégorie de population en particulier, dont votre exposition veut parler, cela se défend, pour peu que vous l'ayez bien pensé en amont.

Fotomexcabia

Le projet Fotomexcabia, mené par Jean-Félix Fayolle de l'association Kouakilariv', a bien ciblé ses sujets. A l'issue d'un reportage photo de 5 mois ponctué d'ateliers participatifs en Colombie, au Nicaragua, au Salvador, au Mexique et au Guatemala, plusieurs expositions ont vu le jour. L'une est consacrée au quotidien en images de jeunes de plusieurs gangs de quartiers, dont la Mara 18 et le MS 13 au Salvador, rendus célèbres par le film « La vida loca ». Une autre met en parallèle un quartier populaire de Grenoble (la Villeneuve), et un quartier populaire de San Luis Potosi au Mexique (Pavon). Une troisième dresse 33 portraits de jeunes rencontrés lors de son périple. Pour les autres, de la situation des indigènes Emberas en Colombie, totalement oubliés et vivant au cœur du conflit armé, aux portraits d'enfants ou clichés de paysages sur la route, il a fait, à chaque fois, le choix d'une « lorgnette » par laquelle présenter son exposition.

Il existe de très nombreuses expositions ajoutant une part d'écrit au visuel. Elles se présentent souvent sous forme de panneaux alliant des photos ou dessins et des éléments écrits donnant des axes de débat et de réflexion plus concrets. Très pédagogique, ce type d'événements est parfait pour sensibiliser un public non averti.

Attention cependant à ce que vous écrivez, lorsque le sujet est pointu. Dans le doute, **ayez toujours le réflexe de faire relire vos panneaux par des experts avant de les exposer au grand public**. Si l'aspect écrit ne vous convient pas, vous pouvez tout à fait vous pencher vers d'autres modes de communication : diffusion simultanée d'un documentaire audio, visites guidées assurées par des membres de votre association... Pour trouver des supports, n'hésitez pas à chercher dans les ressources présentées dans ce guide.

✔ *Faire ou emprunter ?*

Si vous ne vous sentez pas de réaliser vous-même des panneaux d'exposition ou un travail artistique, reste la solution de l'emprunt. Plusieurs structures travaillant sur votre thème de prédilection proposent peut-être de prêter gratuitement des éléments.

Énergie Citoyenne

Pour attirer le chaland par le sourire lors de la semaine de l'environnement (l'art peut aussi être celui de ne pas se prendre au sérieux !), l'association perpignanaise Énergie Citoyenne a proposé une exposition de croquis du dessinateur Andy Singer. Ce dernier a notamment réalisé un livre appelé « Car Toons' » où il décrit avec beaucoup d'humour tout le côté absurde du système automobile.

✔ *Figé ou mouvant ?*

Finie l'époque où il était strictement interdit de toucher les œuvres et où chacun se mettait à la queue-leu-leu pour observer, pendant les cinq minutes réglementaires, la peinture dignement accrochée au mur. Désormais, **on touche, on palpe, on vit l'œuvre afin de mieux la comprendre**. De nombreux musées et artistes tentent de mettre le visiteur en situation afin de lui faire mieux ressentir le propos de l'exposition : parcours du réfugié reconstitué façon « l'expo dont vous êtes le héros », cellules en tailles réelles pour sensibiliser à l'univers carcéral, intégration de films ou parcours sonores au milieu d'œuvres figées... Il s'agit là bien sûr d'une option à laquelle vous pouvez, ou non, adhérer mais qui a au moins le mérite de procurer des émotions fortes au visiteur. Un atout pour sensibiliser à l'étrangeté de l'être, et *a fortiori* à toute cause dont au départ le public pourrait n'avoir que faire. En un mot, permettre à des personnes qui ne les ont pas vécues de ressentir des injustices, des réalités présentes sur notre planète dont il est important de se sentir partie prenante.

2/ UNE EXPOSITION EN PRATIQUE

Nous en arrivons à ces fameuses basses considérations matérielles, qui sont pourtant le ciment d'une mise en scène rendant justice à la création artistique. On va donc faire vite, mais bien, pour vous faciliter la tâche.

✔ *Choisir le lieu de l'exposition*

C'est la première démarche, primordiale et inévitable, à moins que vous n'ayez envie d'exposer dans votre chambre. **L'avantage d'une exposition, c'est qu'elle n'a pas forcément vocation à se dérouler dans une pièce carrée**.

Des marches d'escalier, un couloir, voire des images habilement réparties sur l'ensemble d'un bâtiment peuvent même parfois permettre de donner plus de vie à votre affichage.

De nombreux acteurs peuvent vous mettre à disposition de tels bâtiments. Votre université, en premier lieu, dispose certainement de locaux pour de tels projets. **Il peut néanmoins être intéressant de sortir des murs de la fac pour que votre exposition touche un public plus large**. Renseignez-vous auprès des bars, galeries, lieux associatifs, théâtres, médiathèques, mairies de votre région qui pourraient proposer à de jeunes artistes d'afficher leurs compositions. Vous pouvez également vous adresser aux délégations locales des associations et institutions travaillant sur votre thème de prédilection. Si elles-mêmes ne disposent pas de locaux suffisants, elles pourront peut-être vous orienter vers des lieux culturels pouvant accueillir votre manifestation.

© Monterey

Au moment de choisir l'endroit où vous exposerez, veillez à quelques détails qui ont leur importance. Car si l'endroit n'a pas forcément à être spacieux, il doit au moins **permettre aux visiteurs de prendre leur temps devant chaque œuvre sans que cela crée des embouteillages jusqu'à la porte d'entrée**.
La lumière doit ainsi être suffisante pour que les amateurs ne s'estropient pas les pupilles en déchiffrant les photos. Si vous envisagez un éclairage spécial, assurez-vous que la salle est à même de vous le fournir (prises électriques, fenêtres…). Idem pour les attaches : quand vous visitez les lieux de votre future exposition, **demandez-vous toujours où et comment vous pourrez installer les différents éléments**. Et profitez-en pour demander au propriétaire s'il est d'accord : tous ne sauteront pas forcément au plafond à l'idée de vous voir épingler, agrafer ou scotcher vos œuvres sur leurs précieux murs. Lorsque le lieu devient trop bruyant ou trop sombre pour une exposition digne de ce nom, projeter les images sur un écran est encore le moyen le plus sûr de leur rendre hommage.

A titre d'exemple, voici trois lieux d'exposition testés par le projet Mexcabia (voir encadré p. 22), avec leurs avantages et leurs inconvénients. Même si cela concerne un autre continent, les principes sont facilement transposables en France.

L'école du quartier

Au Salvador, l'exposition est venue clore un atelier photo d'une semaine impliquant les élèves. Avantage : les jeunes ont pu profiter d'un événement calme et sans accrocs alors que la rue est d'ordinaire pour eux un environnement urbain peu sécurisé. Après avoir sélectionné une cinquantaine de photos, ils ont monté leur exposition sur une journée, et se sont vu remettre un diplôme pour clôturer l'atelier. Inconvénient : l'exposition était peu ouverte sur l'extérieur, n'ayant pu se tenir que sur une journée et dans une enceinte protégée (pour que les œuvres ne soient pas vandalisées, et que leurs jeunes auteurs ne soient pas déçus).

La place du marché

Dans le quartier populaire de Pavon au Mexique, l'atelier photo s'est

conclu par une exposition sur la place principale un samedi, jour de grande affluence. Cinq grandes bâches en plastique blanc sur lesquelles étaient collées les photos plastifiées ont été disposées, à la portée du regard des nombreux habitants venus faire leurs courses. L'expo se déroulant en terrain neutre, les membres de différentes bandes de la ville sont venus, le photographe les ayant au préalable invités à passer. « *J'ai vu ma photo* » , « *Pourquoi tu n'as pas mis la mienne ?* », les jeunes ont ainsi pu observé leurs clichés et ceux d'autres bandes qu'ils connaissaient, mais qu'ils n'avaient jamais vues à travers l'objectif. Avantage : la mixité des publics est atteinte. Inconvénient : l'éparpillement du public.

Le centre culturel de la ville

Le centre des arts à San Luis Potosi au Mexique a sollicité le porteur de l'exposition pour monter avec lui un projet impliquant les habitants des quartiers de la ville, ne sachant pas réellement comment s'y prendre pour toucher ces publics. Avantage : l'envergure prise par le projet grâce à un tel soutien. Inconvénient : les lourdeurs administratives et les barrières de l'élitisme à dépasser !

✓ *Assurer son exposition et collecter quelques deniers*

Pour savoir comment assurer votre exposition et payer les quelques frais qu'elle ne manquera sans doute pas de générer, (même s'ils devraient rester dans la limite du raisonnable), reportez-vous au chapitre « Organiser une projection-débat », rubriques « *Assurer l'événement* » et « *Récolter quelques sous* », p. 14.

© Public D

Zoom sur un outil pour vos expos tout terrain

Thomas Pastre, de l'association Sztukart à Grenoble (qui organise le festival « L'idée du Bonhomme » et accompagne les artistes de la région) a fait le constat « *qu'il existe très peu de salles d'expo intermédiaires, c'est-à-dire de lieu se situant entre le bar-restau et le musée et permettant aux artistes d'exposer leurs œuvres* ».

Seule solution, le système D, s'arranger avec des structures publiques disposant de lieux qui ne sont pas *a priori* des lieux d'exposition. Mais comment organiser une exposition temporaire dans un gymnase où a lieu un concert, sans que ce soit sur une grille d'expo cradingue noyée sous les gradins ?

Pour mettre à la disposition des artistes un support qui mette en valeur leur travail, **Sztukart a eu l'idée de bricoler une structure déplaçable** : 40 panneaux auto-portés et auto-éclairés de 2,25m x 1,25m, qui permettent de transformer n'importe quel espace en véritable lieu d'exposition. Des cloisons immenses en bois, couvertes de peinture blanche, permettent à l'artiste de peindre à même le support s'il le souhaite. Son œuvre sera ensuite recouverte à la peinture blanche pour la prochaine utilisation.

Ces 40 panneaux s'accrochent les uns aux autres, et comportent au dessus de chacun 40 toits détachables encastrant des circuits électriques intégrés : deux spots orientables de 30 watts, que l'on peut éteindre à l'unité, la lumière permettant de créer une autre ambiance. Un petit bijou qu'il faut néanmoins transporter en camion, et qu'on met une heure à décharger.

Si vous souhaitez bénéficier de cette structure mobile pour vos expositions et profiter des conseils de Sztukart pour la mise en place de votre manifestation, contre participation aux frais, contactez l'association.

Association SZTUKART
Tél. +33 (0)6 27 08 68 04
Fax. +33 (0)4 76 07 50 83
projet@sztukart.com

3/ UNE EXPOSITION EN VEDETTE

Il est temps de faire parler de vous et de vanter les mérites de votre exposition auprès du public. On appelle ça la communication. Mode d'emploi.

✔ *Vous faire connaître*

Dès que vous connaissez la date et le lieu de votre exposition, éditez des tracts et affiches qui vous permettront de signaler l'événement. Pas besoin de les imprimer en couleur sur papier glacé, mais pensez à soigner la présentation : **une communication attrayante est très importante, surtout lorsqu'il s'agit d'une manifestation artistique**. Si vous voulez faire des économies, effectuez votre affichage et votre diffusion dans des endroits stratégiques, afin d'atteindre le public visé : bars et universités s'il s'agit d'étudiants, associations culturelles et lieux d'expositions si vous voulez toucher un public amateur d'art...

A cette campagne d'affichage, vous pouvez ajouter un mailing auprès des associations de votre connaissance, mais aussi auprès des structures travaillant sur vos sujets et des médias locaux. Une semaine avant le début de votre exposition, sonnez le rappel de tous ceux qui se sont dits intéressés par cette manifestation.

✔ *Organiser un événement de lancement*

S'il est important que le public se déplace tout le temps que durera l'exposition, il est également nécessaire de prévoir un vernissage pour en marquer les débuts. Ce sera l'occasion de rencontrer vos visiteurs et de leur expliquer votre démarche. **Le vernissage permet également de remercier les partenaires qui vous ont soutenu**, financièrement et matériellement. Enfin, il vous permettra de peaufiner vos relations avec les médias qui auront accepté votre invitation. **Réfléchissez-y**

© Monterey

à deux fois au moment de lancer les invitations afin de n'oublier personne : un manquement envers les partenaires traditionnels de votre association, ou ceux spécifiquement dédiés à ce projet, pourrait vous causer quelques tracas.

Qui dit vernissage dit au minimum buffet, et si possible champagne. Personne ne s'attend à du Dalloyau pour une manifestation étudiante, mais veillez tout de même à présenter le tout joliment et de manière accessible. **Pour les horaires, choisissez de préférence le début de soirée**, entre 18h et 19h30, afin de ne pas vous priver de ceux qui travaillent sans pour autant frustrer ceux qui ont des obligations par la suite.

✔ *Et après ?*

Tout cela ne signifie pas, bien entendu, que vous avez le droit de vous désintéresser de l'exposition une fois le vernissage passé. **Pensez à prévoir quelques plaquettes expliquant le projet et le contenu de l'exposition** pour les visiteurs qui ne pourraient pas bénéficier de vos explications en direct. Il sera également bienvenu d'organiser des « tours de garde » entre les membres de votre association afin que le public puisse se tourner vers une personne référente en cas de question.

Enfin et surtout, **pensez à tirer un bilan de cette expérience**. D'abord pour vous et votre association, car un tel projet mérite d'être mis avantageusement en valeur dans votre prochain dossier de présentation. Ensuite pour vos partenaires qui, grâce à l'envoi d'un compte-rendu, seront tenus informés de l'écho obtenu par votre manifestation. N'oubliez donc pas de prendre des photos, de tenir un livre d'or pendant l'exposition… En bref, pensez à tout ce qui vous permettra, par la suite, de rendre compte de votre projet.

Pour finir, songez également à informer les centres de ressources et associations que vous aurez pu rencontrer que vous mettez votre exposition à disposition.

© Union Docs

Les ressources pour organiser une expo photo

- **Photographie.com**. Le magazine de la photographie propose des newsletter, des actus sur les expos, un agenda, des bourses...
www.photographie.com

- **Actuphoto.com**. L'actualité photo, les photographes, les expositions, les concours photo, l'annuaire, les entretiens et toutes les news, c'est ici !
www.actuphoto.com

- **Photography-now.com**. La plateforme internationale en ligne de photographie et d'art vidéo.
www.photography-now.com

- **SFR jeunes talents**. L'opérateur français de télécommunications héberge de somptueux clichés dans le cadre de son concours annuel. Son partenariat avec des lieux prestigieux (Lille3000, Paris Photo au Caroussel du Louvre) permet à ses lauréats une vitrine sans pareille.
http://photo.sfrjeunestalents.fr

- **Etudiants et Développement** met gratuitement des expos à disposition des associations membres du réseau. Pour les non-adhérents, et sous réserve de disponibilité, il faut compter 20 euros de frais de location.
www.etudiantsetdeveloppement.org

- **L'Union des photographes professionnels**. La plateforme propose des outils pratiques aux photographes tels qu'un annuaire, des conseils juridiques et une documentation détaillée.
www.upp-auteurs.fr

Le must avec les expos, c'est encore d'en voir ! De nombreuses galeries et lieux culturels d'excellence proposent des expositions gratuites, profitez-en ! Consultez également les sites et magazines spécialisés.

© Mario Groleau

Organiser un concert

© solea

Les stands de produits ou d'information sur le commerce équitable, les inégalités Nord-Sud, la mondialisation, l'environnement, le soutien aux sans-papiers ou tout simplement la culture d'origine du style musical représenté fleurissent dans les festivals alternatifs de musique. Ce qui atteste d'une proximité de vue entre de nombreux musiciens et les causes qui vous sont chères, et permet ainsi de lier culture et solidarité, le tout dans une ambiance festive !

1/ CHOISIR SA PROGRAMMATION

✔ *Inscrire le concert dans un cadre plus large*

La chanson est un formidable vecteur pour passer des messages et le concert un moment de convivialité, propice à la rencontre : les débats débordent rapidement du cadre de la salle. **Un concert est donc un bon moyen pour relier le débat sur votre thème de prédilection à l'action culturelle de proximité**. De plus, les concerts sont classiquement un moyen de lever des fonds, comme l'ont montré le festival Solidays organisé par l'association Solidarité Sida, les concerts des Enfoirés au profit des Restos du cœur ou plus récemment la campagne de solidarité en faveur de l'Asie touchée par le tsunami.

Ainsi, si le concept de « musique engagée » est toujours malaisé à manier, tous les genres musicaux semblent à même de gagner l'oreille de votre auditoire, du slam aux percussions, en passant par la fusion jazzy-népalaise ou les chants renaissance ! On connaît la chanson : la mélodie festive fera bon ménage avec le message que vous souhaitez faire passer le jour J.

Vous étonnerez votre public, par exemple, en montrant qu'agir pour l'insertion professionnelle des diplômés ne se limite pas à monter des forums d'entreprises et à envoyer tous les mois la newsletter des anciens. Mais que cela peut aussi passer par un événement de

© Solea

sensibilisation festif ! Pourquoi ne pas également décloisonner les pratiques équitables en les sortant du cadre du seul commerce ?

✔ *Quels groupes choisir ?*

La configuration idéale et la plus pratique est de faire venir un groupe pour la première partie et un autre pour tenir la « tête d'affiche ». **Le choix des artistes est une étape cruciale dans la réussite de votre événement**. Pour les groupes déjà connus, venir animer une rencontre sur le commerce équitable sera le moyen de faire un geste solidaire et de mettre en pratique leurs valeurs. Pour ceux qui sont moins connus, ce sera l'occasion de rentrer en contact avec leur public.

On peut citer parmi les groupes et artistes engagés, *a priori* prompts à soutenir une démarche solidaire : Les Fabulous Trobadors, les Ogres de Barback, Rachid Taha, Babylon Circus, King Riddim, Java, Marcel et son Orchestre, Les Têtes Raides, Massilia Sound System, Ska-P, La Rue Kétanou, Les Wriggles, Les Amis D'ta Femme, Jolie Môme... et bien d'autres à découvrir localement. De nombreux sites permettent aujourd'hui de trouver facilement des groupes de musiques (My Space, par exemple). Et les réseaux locaux vous permettront toujours de vous en sortir plus facilement.

©Solea

Pour commencer, contactez le groupe pour lui proposer des dates et connaître ses tarifs. Sachez que certains groupes sont peu flexibles sur la question des prix : il sera toujours plus difficile de négocier un tarif avec un groupe de renommée nationale et composé uniquement d'intermittents qu'avec un groupe local de jeunes à la recherche de scènes pour se faire connaître ! **Une fois l'accord passé, pensez à bien vous renseigner sur leurs exigences en termes de fiche technique et d'accueil** (hébergement, repas). Là encore, la flexibilité dépendra surtout des artistes.

✔ *Pour quel public ?*

La sélection du public est une autre clé de la réussite de l'événement. **Il vous faudra donc communiquer sur le double aspect de votre événement**, en espérant toucher deux publics : ceux qui viendront par intérêt pour votre cause et ceux qui viendront pour écouter un concert. Ces derniers entendront ainsi parler de ce que vous défendez et auront peut-être envie d'en savoir plus…

Votre communication devra porter ces deux messages : le concert en lui-même et son insertion dans un événement de sensibilisation sur le sida, de promotion des peuples dont la culture est menacée, ou encore de lutte contre le racisme. Les deux messages devront être visibles sur l'affiche, sans se brouiller l'un l'autre.

Si vous souhaitez à cette occasion nouer des liens avec le milieu associatif ou économique de votre région, en plus des étudiants de votre université ou de votre école, **vous pouvez aussi imaginer une double campagne de communication** : l'une à destination du grand public et des étudiants potentiellement intéressés par un concert et une autre à destination d'un public ciblé, associatif et académique, qui viendra par intérêt pour votre cause et trouvera curieux et ludique l'idée du concert.

2/ AVANT DE S'ÉPOUMONER, LES FORMALITÉS

✔ *Les autorisations*

L'organisation d'un concert répond à un certain nombre de règles : occupation de l'espace public, vente de boissons, fermeture tardive… Autant d'activités qui sont soumises à l'obtention d'une autorisation préalable.

L'autorisation d'organiser une manifestation se demande par écrit, environ un mois à l'avance, au maire de la commune où aura lieu la manifestation, ou à la préfecture de police pour Paris, Lyon et Marseille. Une fois l'autorisation obtenue, une déclaration de manifestation doit être envoyée à la Direction régionale des affaires culturelles (DRAC) concernée. Une démarche auprès du commissariat de police et de la gendarmerie est également conseillée, bien que sans obligation légale.

Si vous organisez un événement dans

un lieu qui ne détient pas de licence autorisant la vente d'alcool, pensez à faire les démarches nécessaires auprès de la préfecture : l'ouverture d'une buvette de boissons de première catégorie (boissons non alcoolisées) et de deuxième catégorie (vin, bières, cidre, etc.) est possible, sous réserve d'obtenir une autorisation temporaire. Vous devrez également avoir l'accord des services préfectoraux pour Paris si vous souhaitez prolonger votre soirée au-delà d'une heure du matin.

✔ *La sécurité*

L'obtention de l'autorisation implique que le lieu choisi soit aux normes de sécurité. À la demande du maire, une commission de sécurité peut être chargée de cette vérification. Pour la tenue de la manifestation, il conviendra ensuite d'appliquer les consignes édictées par cette commission.

N'oubliez pas qu'à partir de l'heure d'ouverture des portes au public, l'organisateur est seul responsable de la sécurité dans l'enceinte du spectacle et jusqu'à 50 mètres autour de l'entrée. Pour parer à toute éventualité, n'hésitez pas à solliciter des secouristes de la Croix-Rouge

qui assureront un volet préventif et seront également présents en cas de blessure. Par ailleurs, une personne devra être désignée pour servir de référent en cas de problème et sera joignable à tout instant, jusqu'à la fin de la soirée ! Une équipe de surveillance, professionnelle ou non, sera également indispensable aux entrées et sorties de la salle ainsi qu'à l'intérieur de celle-ci.

✔ *Licence ou pas?*

Les associations qui ont pour activité habituelle la production et/ou l'organisation de spectacles sont soumises à l'obligation d'obtenir une licence d'entrepreneur de spectacles. On entend par « activité habituelle » le fait d'organiser ce type de manifestations plus de 6 fois au cours d'une année civile. Cette licence, personnelle et incessible,

est attribuée sur dossier par la DRAC (Direction régionale des affaires culturelles). Mais pour espérer l'obtenir, il vaut mieux que le candidat ait déjà plus ou moins roulé sa bosse dans l'organisation de spectacles occasionnels…

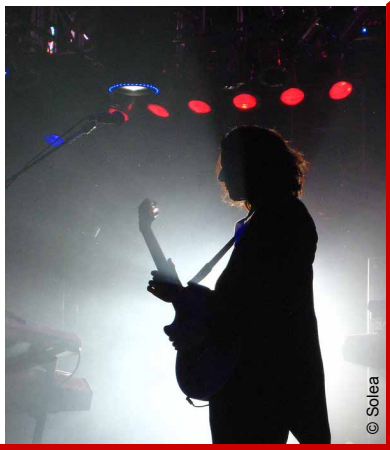
✔ *Déclarer ses salariés*

Vous vous demandez comment faire pour payer les zicos sans être dans l'illégalité la plus complète ? Lors d'un concert, les membres du groupe effectuent une prestation en tant qu'interprètes, qui peut donner lieu à un salaire ; il en est de même pour la prestation des techniciens sonorisateurs ou éclairagistes. **Toute proposition de travail salarié dans le cadre de la manifestation fait l'objet d'un contrat d'engagement**. Rédigé avec soin, il doit au minimum mentionner la nature de l'emploi proposé, la tâche à accomplir, la durée ainsi que le jour et l'heure d'embauche, le lieu d'exécution et le montant de la rémunération. Dans le cas d'une manifestation ponctuelle, il ne peut s'agir que de contrats à durée déterminée (CDD).

Les organisateurs occasionnels de spectacle bénéficient fort heureusement des services du Guichet unique du spectacle occasionnel (Guso) qui leur permet d'accomplir en une seule formalité les différentes obligations liées à un contrat de travail.

📖 *Retrouvez toutes les infos sur www.guso.com.fr*

Lorsque le groupe de musiciens ne réside pas en France, il vous faut contacter votre Direction Départementale du Travail, de l'Emploi et de la Formation Professionnelle pour obtenir une autorisation de travail, sachant que, de leur côté, les artistes devront entamer des demandes de visa court séjour auprès de l'ambassade.


© Solea

✔ *L'assurance*

En tant qu'organisateur, vous êtes responsable de la sécurité du public. Il est donc nécessaire de souscrire une assurance « responsabilité civile » couvrant les dommages matériels et corporels causés à autrui.

Faites le tour des assureurs : en faisant jouer la concurrence, sur la base de devis demandés aux compagnies démarchées, vous multipliez vos chances de dénicher la garantie la plus efficace, qui protège le plus de monde, contre le plus de risques possibles, et ce au meilleur rapport qualité-prix. **Pensez à expliciter de manière claire le détail de vos activités, afin d'obtenir la couverture la plus adéquate**. Certaines compagnies d'assurance proposent une assurance « Organisateur de manifestation » ou « Responsabilité civile organisateur » qui garantit la salle et son équipement ainsi que le montage et le démontage du matériel sur une période de trois jours avant et après la date du concert. Le calcul de la prime se fait selon la date et l'heure de l'événement, le type de manifestation, la jauge prévue et la surface de la salle. L'assurance des instruments demeure à la charge des musiciens. **Si vous avez du matériel de valeur, vous avez intérêt à souscrire une extension « tout risque matériel »** pour vous couvrir en cas de vol ou de détérioration. Pensez à faire les démarches nécessaires au plus vite : l'attestation peut en effet être une condition *sine qua non* pour louer une salle ou du matériel.

✔ *Gare aux droits d'auteur*

Qu'ils soient de renommée internationale ou régionale, les créateurs d'œuvres artistiques perçoivent des droits d'auteur. Cette rémunération a été définie à travers diverses dispositions législatives relatives à la propriété littéraire et artistique, regroupées depuis 1992 dans le Code de la propriété intellectuelle. Ce sont la SACD (théâtre), la SACEM (musique) et l'ADAGP (arts plastiques) qui perçoivent les droits d'auteur de leurs répertoires respectifs.

📖 *Pour en savoir plus, rendez-vous sur www.sacd.fr, www.sacem.fr et www.adagp.fr*

Par ailleurs, les artistes interprètes et les producteurs doivent également être rémunérés pour la diffusion publique de musique enregistrée.

Ce droit voisin du droit d'auteur est appelé « rémunération équitable ». Il est géré par la SPRE et c'est la SACEM qui en assure le recouvrement. Mais rassurez-vous, un seul formulaire suffit pour les deux.

N'oubliez pas d'anticiper votre déclaration à la SACEM : si vous la réalisez avant l'événement, vous bénéficierez d'une réduction de 20% sur le montant de votre facture. Prenez contact avec la délégation de votre région au moins 3 semaines avant la manifestation, elle vous adressera un formulaire de déclaration des artistes. Dans tous les cas, il est fortement conseillé de rencontrer quelqu'un de la délégation locale au préalable car il est souvent possible de négocier un forfait avantageux lorsque l'on est une association.

© GRUUT

3/ ASSURER L'ORGANISATION SANS FAUSSE NOTE

✔ *Une organisation à respecter*

Les étapes d'organisation sont à peu de choses près les mêmes que pour un concert classique. Il vous faudra ainsi réunir un minimum de quatre personnes : un coordinateur, un responsable technique, un responsable communication interne/institutionnelle et un responsable des relations avec la presse. En général, il est raisonnable de s'y prendre au moins deux mois à l'avance pour avoir une salle à disposition, ce délai restant variable en fonction de la salle visée : salles gratuites à réserver dans les universités, les mairies, les paroisses ou salles payantes dont vous négocieriez le prix au nom d'un engagement solidaire. Comme pour tout événement , **un dossier technique de présentation devra être fourni aux partenaires.**

📖 *Pour en savoir plus, consultez le guide « Organiser un festival culturel » disponible sur le site d'Animafac, rubrique « Boîte à outils », « Guides pratiques » .*

✔ *Le lieu*

De nombreux bars possèdent des salles assez grandes pour accueillir une petite scène et du matériel de sonorisation. Il vous est souvent possible de bénéficier gratuitement de ces espaces, mais la direction gardera la main sur la vente de boissons. A vous de négocier pour obtenir une partie des recettes, en fonction du nombre et de l'enthousiasme des personnes présentes !

✔ *La communication*

Il peut apparaître difficile de « sortir du lot » et d'être visible dans le paysage culturel, si votre ville foisonne de concerts proposés quotidiennement. Les supports de communication « classiques » (affiches, dépliants, autocollants…), s'ils restent indispensables, doivent être doublés par des actions plus innovantes, et peu coûteuses : happenings, communication virale via les outils du web 2.0 (réseaux sociaux, vidéos partagées…), etc.

📖 *Pour en savoir plus, consultez la fiche pratique « Faire connaître son association sur Internet » disponible sur le site d'Animafac.*

✔ *Le jour J*

Il est primordial de suivre un planning rigoureux pour ouvrir les portes du site à l'heure. Côté technique, il vous faut généralement arriver avec un bénévole (étudiant ingénieur du son ou amateur éclairé) qui s'assurera de la balance et veillera au bon fonctionnement de tout le matériel de sonorisation. En amont, **il devra par ailleurs se mettre en contact avec le groupe** pour les questions techniques : quels instruments ? Besoins en branchements ? Micros et pieds ? Temps d'échauffement à prévoir ?

Côté public, filtrez les entrées proportionnellement aux sorties. Précisez bien si les gens ont le droit de partir et revenir plus tard avec le même billet, en sachant que cela vous demandera une grande rigueur dans la gestion de ces flux.

Les bénévoles sont également à bichonner dans l'organisation générale d'un concert. **Mieux vaut prévoir précisément la mission de chacun** : surveillance du lieu (entrée, sortie, toilette, vestiaires, cabine technique), accompagnement

des artistes et ravitaillement... Prévoyez un espace de détente pour les artistes ET pour les bénévoles afin qu'ils puissent se reposer mais aussi se restaurer avant le spectacle, après, et pendant la journée. L'accueil des artistes est d'une très grande importance pour le bon déroulement du concert... tout comme l'est le confort des petites mains !

✔ *Accès aux personnes à mobilité réduite*

De façon générale, une signalétique adaptée sera bienvenue. Concernant l'accès des personnes à mobilité réduite, il s'agit de prévoir des emplacements réservés aux personnes en fauteuil roulant, de préférence de plain-pied, et offrant une bonne visibilité, avec un minimum de déplacements pendant le spectacle le cas échéant. Si nécessaire, vous pouvez construire des rampes d'accès. Des passages de largeur suffisante pour un fauteuil roulant doivent également être prévus.

✔ *La billetterie*

Il existe un format imposé pour les tickets d'entrée (pour officialiser la comptabilité). Dans tous les cas, utilisez un système de billets à souche, afin de faire le décompte des entrées une fois la soirée terminée. Par ailleurs, un tampon apposé sur le dos de la main, ou sur le bras, pourra faire office de laissez-passer.

Les billets doivent comporter le tampon de votre structure, le prix de la place et le numéro du billet. **Vous devez conserver toutes les souches des carnets ainsi que les relevés journaliers des recettes**. Par ailleurs, vos billets devront comporter trois volets : le talon et un billet en deux parties, se séparant entre le « contrôle organisation » et le spectateur (qui le garde). Le talon peut quant à lui éventuellement vous être réclamé, pendant la soirée ou après, par un contrôleur du fisc.

✔ *Et après ?*

Une fois la manifestation passée, allez déposer la recette à la banque et payez rapidement artistes et créanciers, (fournisseurs, organismes sociaux, fisc, SACEM...). Pour la SACEM, vous devez fournir dans les dix jours l'état des recettes et le programme des œuvres diffusées.

Pensez bien que le départ du public ne marque pas la fin de l'événement : il est important, et de toute façon impératif, pour l'association et ses partenaires, de réaliser un bilan moral et financier. Ce travail réflexif vous sera utile, notamment pour préparer un nouveau projet. Vous saurez ainsi ce qu'il faut éviter ou reproduire à l'avenir.

Pour votre évaluation, vous pouvez prendre comme critères la fréquentation, les retombées presse ou encore les remarques formulées par le public. Vous serez particulièrement attentifs à la lisibilité de votre message : le public venu au concert était-il en priorité attiré par la musique ou par la cause à laquelle vous souhaitiez le sensibiliser ? La fusion attendue entre les deux publics a-t-elle eu lieu ? Les groupes invités se sont-ils pleinement impliqués dans les débats ? La musique était-elle en adéquation avec les goûts du public intéressé par votre cause ? L'événement a-t-il permis des rencontres inattendues et fructueuses ?

Vous verrez, ce sera tellement plus facile la prochaine fois...!

Les ressources pour organiser un concert

- **La Fédération Boxson France** a un site dédié aux musiques libres, actuelles et indépendantes. Sur son site, elle vous invite à télécharger de la musique de tous styles, gratuitement et légalement et vous propose d'héberger vos morceaux gratuitement en les plaçant sous une licence de libre diffusion (LAL, CC). Vous pourrez aussi découvrir des concerts, contacter des groupes, dialoguer entre acteurs de la musique indépendante et accéder à des bons plans. ***www.boxson.net***

- **Générer un Copyleft.** Si une œuvre est libre, vous pouvez la redistribuer et/ou la modifier selon les termes de la Licence Art Libre. Vous trouverez un exemplaire de cette licence sur le site Copyleft Attitude. ***http://artlibre.org/***

Sensibiliser par le théâtre-forum

© Théâtre clowny

Donner la parole au public sur des sujets plus ou moins graves, lui dérouler le tapis rouge pour que son imagination prenne le pouvoir... De quoi faire passer des messages en douceur et proposer un beau spectacle ! Incroyable mais vrai, le théâtre-forum (ou théâtre de l'opprimé) permet avec la participation de chacun de parler et d'imaginer collectivement des solutions alternatives aux problèmes de ce monde. Plutôt chouette, non ? Si ça vous tente, suivez le guide !

1/ EN PRATIQUE, COMMENT CA SE PASSE ?

Un groupe de comédiens amateurs ou professionnels interprète une ou plusieurs saynètes (de 10 à 20 minutes chacune) illustrant des situations d'oppression ou d'inégalités et dont la conclusion est en général catastrophique. Elles sont ensuite jouées à nouveau, mais cette fois, les spectateurs, qui deviennent alors également acteurs, peuvent interrompre le déroulement fatidique des événements... Ils ont la possibilité de venir sur scène pour remplacer un personnage ou en ajouter un, et tenter de briser l'oppression. Si la situation le

© théâtre clowny

permet et que le public est réceptif, **il se peut même parfois que tous les comédiens soient remplacés et que la scène se joue entièrement avec des personnes du public !** Une personne intermédiaire entre le public et les acteurs, le « joker » (sorte de facilitateur), anime la séance, explique les règles, et fait en sorte que les interventions se déroulent bien et dans le respect de chacun. Néanmoins, il n'existe pas de « règle fixe » du théâtre forum, dans la mesure où il s'adapte au contexte, au public et que chacun s'en approprie l'utilisation et le jeu.

Une séance de théâtre-forum dure en général une ou deux heures, mais peut également s'étendre sur une plus longue durée. Cela dépend du

contexte, de vos objectifs, du nombre de scènes jouées… N'oubliez pas que le public, généralement peu rompu à l'exercice, va mettre un certain temps à en intégrer les principes et qu'une fois lancé, il lui faudra également du temps pour s'exprimer librement. Attention, donc, à ne pas trop serrer votre timing !

2/ DÉFINIR SA DÉMARCHE

✔ *Le thème*

Le théâtre-forum a été mis au point dans les années 60 par un homme de théâtre brésilien : Augusto Boal. A l'origine, il a été créé pour résoudre les situations conflictuelles et d'oppression dans les favelas de São Paulo, d'où son appellation de « théâtre de l'opprimé ». Cette forme d'expression a évolué à travers le monde, pour être utilisée dans différents types de contextes. Elle peut aussi bien aider des infirmiers en psychiatrie à analyser leur pratique professionnelle que soulever des problèmes de société dans les pays développés.

Le théâtre-forum, par sa nature, ne permet pas de faire passer un « message prémâché ». **Il questionne, fait prendre conscience, explore plusieurs solutions à un problème et les confronte**, mais il n'impose en aucun cas une vérité ou une solution. Le thème que vous voulez aborder doit donc être soigneusement défini au préalable : plus le cadre est restreint, mieux les improvisations et la spontanéité peuvent s'y déployer.

Vous pourrez ainsi questionner les rapports Nord/Sud au travers du commerce équitable, la gratuité de la culture (ex : comment fixer le juste prix d'une œuvre ?), l'intégration d'un étudiant étranger dans une université (ex : reconstitution d'une première journée de rentrée), l'entrée des nanotechnologies dans notre vie quotidienne ou le choix à faire entre énergie nucléaire, photovoltaïque ou éolienne dans un territoire en proie aux lobbies et aux peurs des riverains…

✔ *La scène à jouer*

Votre thème défini, il va falloir le théâtraliser en une courte saynète d'une dizaine de minutes. **Elle doit illustrer la thématique à travers une situation exagérée et surtout, se terminer très mal !** En effet, dans un premier temps, plus les situations sont extrêmes, plus il sera facile pour

le public, en principe peu habitué à l'exercice, d'intervenir pour inverser le cours des choses. A ce stade de la fiche pratique, deux choix s'offrent à vous : soit vous faites appel à des pros ou à des amateurs déjà rompus à l'exercice et disposant de textes déjà écrits et « qui marchent » ; soit vous décidez d'écrire ou de faire écrire vos propres textes.

Quoi qu'il en soit, si vous vous sentez la fibre « boalienne », n'hésitez pas à vous former aux techniques et aux principes du théâtre-forum ! Vous pouvez retrouver tous les contacts utiles pour vous aider dans votre démarche à la fin de cette fiche.

✔ *Les acteurs*

Nul n'est besoin d'être Sarah Bernhardt ou Sacha Guitry pour faire du théâtre forum, c'est justement son principe et sa force ! Cependant, même extrêmement bien écrite, la première scène qui sert de « base », perd de sa force si elle est (très) mal jouée. Les acteurs « originaux » doivent donc être suffisamment convaincants pour que le public y croit et soit attentif à ce qui se déroule. Si vous vous sentez l'âme théâtrale donc, n'hésitez pas à travailler votre jeu et à répéter la scène dans les moindres détails, encore et encore... jusqu'à plus soif !

✔ *Le rôle clé du «joker»*

Si la participation du public découle du caractère « choc » des scènes, il faut aussi, et peut-être avant tout, bien expliquer les règles : si le public ne comprend rien au principe du théâtre-forum (un poil compliqué, ne nous le cachons pas) il ne sera pas enclin à devenir « spect'acteur ».

Le rôle du « joker » est donc déterminant et nécessite d'être très bien préparé en amont de l'animation. En effet, le joker, ou animateur, est la personne experte sur scène, celle qui a tous les éléments pour nourrir et argumenter les questions qui peuvent se poser. Cela suppose non seulement une très bonne connaissance de la thématique abordée, mais aussi une réelle capacité d'animation. **Concrètement, c'est la personne qui fait le lien entre les spectateurs et les acteurs** et qui doit faire en sorte que le débat se déroule sur scène, et non dans la salle. Pour cela, son seul moyen est de questionner (et non d'affirmer) et son seul pouvoir est d'interrompre l'action en frappant dans ses mains.

A chaque intervention du public, le joker demande à quel moment de l'action on souhaite intervenir. Les acteurs « retournent » alors au moment donné et se mettent en image fixe puis, quand le joker frappe à nouveau dans ses mains, recommencent à jouer... A l'intervenant alors de se débrouiller ! **Le joker ne doit surtout pas oublier que le public, même si on le dit « acteur », n'est pas habitué au dispositif de la mise en scène et du jeu**. Il est donc juge de l'arrêt d'une intervention et arbitre de l'interaction entre public et comédiens. Il peut ainsi parfois simplement donner la parole au public pour qu'il exprime, sans « jouer », ce qu'il a à dire. En fin de scène, c'est de nouveau lui qui synthétise, interroge les ressentis, suggère l'analyse des interventions... Bref, un véritable Monsieur Loyal !

3/ DE L'OR-GA-NI-SA-TION !

✔ *Lieu*

Pas besoin d'avoir un grand théâtre avec rideau, poursuite et fauteuils rouges. Le théâtre-forum peut prendre place n'importe où : hall d'université, salle, amphi, place, square... En réalité c'est surtout le contexte dans lequel se déroule l'animation et le

nombre de personnes attendues qui déterminent vos besoins matériels. **L'essentiel est que l'on puisse matérialiser un espace pour la scène et un espace pour le public**, et que les participants n'aient ni à tendre l'oreille, ni à se tordre le cou pour profiter de l'événement.

En ce qui concerne les attributs d'une pièce de théâtre « classique» (lumières, décor, accessoires, costumes…), ils dépendent de vos envies et de vos moyens. Un conseil utile cependant : vous pouvez attribuer à chaque personnage des sketches un accessoire qui lui est propre. Ainsi, lorsqu'une personne du public intervient, l'accessoire facilite la matérialisation du personnage qu'elle joue, autant qu'elle lui permet de quitter ce rôle lorsqu'elle rend l'objet…

✔ *Assurance, communication et avantages en nature*

Pour tout ce qui concerne l'assurance, la communication et les avantages en nature, reportez-vous à la fiche consacrée à la projection débat, rubrique « Monter sa projection », p. 11.

4/ APRÈS LE THÉÂTRE ?

Pour savoir comment choyer votre public après la représentation, par exemple en lui proposant un temps informel autour d'un buffet solidaire et valoriser au mieux celle-ci auprès de vos différents partenaires, reportez-vous à la fiche consacrée à la projection débat, rubrique « Après la projection », p. 15

✔ *Quelques mois après*

De très nombreuses campagnes d'opinion existent tout au long de l'année : Semaine étudiante du commerce équitable, journée internationale de la francophonie, journée mondiale de l'enfance, semaine nationale de la presse…

Ces moments sont de bonnes occasions pour sensibiliser sur ces thématiques, rencontrer de nouveaux publics, améliorer votre jeu et aussi, si vous ne l'avez pas déjà fait, jouer vos propres textes !

ZOOM SUR LES PRODUCTIONS DE LA FABRIQUE

Cette association parisienne a pris le parti des « lectures spectacles ». **Sa recette : des paroles de personnes dites en situation d'exclusion mises en scène dans des saynètes, puis une discussion avec une association invitée qui échange avec le public** (Restos du cœur, Armée du salut). Sur la base d'un petit bouquin de 2 euros, « Paroles de détenus », ces as de la mise en scène ont par exemple découpé le texte pour le rendre plus attractif, ce dernier étant lu à plusieurs voix. Le même passage est parfois lu en même temps par tous les acteurs.

L'un de ses lieux de spectacles de prédilection est La Moquette, en face du jardin du Luxembourg. Un lieu gratuit ouvert à tous : personnes en souffrance sociale, badauds, spécialistes pointus attirés par la programmation de très haut niveau. Chaque manifestation est encadrée par des éducateurs à même de repérer dans le public les personnes pouvant nécessiter leur intervention.

L'association propose aussi des ateliers théâtre aux étudiants et les sensibilise aux sujets abordés lors des lectures. Chacun est libre de venir à une seule répétition et de participer tout de même au spectacle. Le jour J, l'étudiant lira uniquement les lignes commençant par la lettre B par exemple. Une répétition pour voir qui parle avant lui, qui parle après lui, pour aborder ses mouvements dans l'espace et le tour est joué !

Les ressources pour sensibiliser par le théâtre-forum

Associations

- AMACCA : Association pour le Maintien des Alternatives en matière de Culture et de Création Artistique. Le principe est le même que celui d'une AMAP, hormis le fait qu'au lieu d'un panier de légumes, l'association propose des paniers de théâtre ! ***www.amacca.centerblog.net***

- Genepi : avec son programme « et si on causait ? », l'association met en scène des paroles de détenus, de SDF ou encore de sans-papiers afin de rendre la parole à ceux qui se la voient confisquée. ***www.genepi.fr***

Troupes ressources

- Compagnie théâtrale N.A.J.E. (Nous n'Abandonnerons Jamais l'Espoir) ***www.naje.asso.fr***

- Association Nationale Arc en Ciel Théâtre - Théâtre de l'Opprimé ***http://kanevedenn.theatre-forum.org***

- Association Etincelle ***www.etincelle-theatre-forum.com***

- Théâtre de l'Opprimé Paris
80 r Charolais - 75012 Paris
01 43 40 44 44
www.theatredelopprime.com

- Organisation Internationale du Théâtre de l'Opprimé (ITOO) ***www.theatreoftheoppressed.org***

Textes

- La BD « paroles de parloirs », dont Les Productions de la Fabrique ont mis en scène des lectures. Il s'agit du troisième épisode de la série « paroles de taulards ». Une porte s'ouvre sur le monde pénitentiaire : des détenus se sont livrés à des auteurs de bandes dessinées, donnant naissance à quatorze récits de taulards. Elle contient également des témoignages de familles de détenus.

- Le livre « Clandestine : Le journal d'une enfant sans papiers - Loriane K », dont Les Productions de la Fabrique ont mis en scène des lectures. Journal intime d'un jeune sans-papier de 16 ans, au moment où Nicolas Sarkozy était ministre de l'intérieur.

■ La BD « le monsieur de la rue » dans le n°7 de la revue XXI dont Les Productions de la Fabrique ont mis en scène des lectures. Un objet intéressant racontant avant et après la rue, comment un homme y est tombé et comment il s'en sort.

■ Exemples de saynètes sur le thème de la solidarité internationale jouées par Ph TEC et la Compagnie des 3i : vous les trouverez sur le site *www.etudiantsetdeveloppement.org*

Livres d'Augusto Boal

■ Le Théâtre de l'opprimé
La Découverte, Paris, 1996

■ Jeux pour acteurs et non-acteurs
La Découverte, 1997

Vidéo

■ Association « Des mains pour le dire » - association des sourds et malentendants de Lausanne
Thèmes : alcool et sexualité
www.mains-dire.org/content

Et aussi...

■ Projet européen « Théâtre et prison »
www.teatroecarcere.net

■ Témoignages et dossiers web
Une participante à un spectacle de théâtre-forum sur le site de Place Publique. *www.place-publique.fr*

■ Dossier Théâtre de l'opprimé, du réseau « No pasaran »
http://nopasaran.samizdat.net

© La fabrique

© Pitslamp

Lancer un appel à créations artistiques

© Nagoya

Lancer un concours de créations artistiques permet, avec quelques règles simples, de drainer un grand nombre de bonnes idées. Rien de tel que titiller l'inspiration autour d'un thème précis pour délier les plumes, les micros, les palettes graphiques et les pinceaux... et pour faire connaître votre cause sous une forme inventive. Que demander de plus ?! Pour que tout roule comme sur des roulettes, voici quelques astuces pratiques à ne pas négliger.

1/ DÉFINIR LE CONCOURS

Pour bien démarrer, il va falloir cadrer un peu votre fameux concours. Un certain nombre de questions s'impose.

✔ Pourquoi lancer un tel concours ?

Le grand classique utilisé par les associations étudiantes est celui de réaliser l'affiche de leur événement de l'année : le carnaval étudiant de Caen, le festival étudiant Rock'n Solex dans le Nord, ou encore le festival international du film gay et lesbien de Grenoble ont ainsi recours au public pour créer leur affiche officielle. Il est primordial que les publics ciblés puissent percevoir la raison d'être du concours, de manière à ce qu'ils soient motivés pour y participer et qu'ils aient envie d'en parler autour d'eux.

✔ Quel sera le thème imposé aux candidats pour leurs créations ?

Si vous souhaitez éviter de voir vos boîtes aux lettres inondées d'œuvres à côté de la plaque, mieux vaut être plus que clair là-dessus.

✔ Quel support choisirez-vous ?

Vidéo, écrit, radio ? Pour son traditionnel appel à créations sur le thème de la « Sécurité routière », Animafac a par exemple choisi de proposer trois catégories : affiche, clip vidéo et spot radio.

✔ Qui peut concourir ?

La participation est-elle limitée à une certaine population en termes d'âge, de domaine d'étude, de lieu géographique ? Si le concours est restreint aux moins de trente ans, autant le dire dès le départ ! Par ailleurs, un candidat prévenu en valant deux, il vous faudra bien préciser les critères de sélection : pertinence et respect du thème,

originalité, lisibilité, impact… Rendre les règles du jeu transparentes vous facilitera *in fine* la sélection des lauréats et la justification de vos choix.

✔ ***Qu'est-ce qu'on gagne ?***

Nous aurions dû commencer par ça tant la précision est importante ! C'est en partie la récompense qui va vous permettre d'attirer de nombreux participants. A vous de choisir : une somme versée au lauréat, des bons d'achat, une diffusion nationale de son œuvre, des cadeaux… Le tout est de le préciser !

✔ ***Quand est-ce que ça se passe ?***

Faites attention aux dates de vacances ou d'examens lorsque vous choisissez le jour de clôture du concours ou de remise des prix. Précisez bien aux candidats qu'ils ont jusqu'à tel jour inclus (cachet de la poste faisant foi) pour envoyer leurs contributions.

✔ ***Comment ça se passe ?***

Vous pouvez décider de faire une sélection en deux manches. Une première sélection des finalistes par un jury de professionnels et d'experts, puis une désignation du candidat grâce à un vote sur internet, par exemple. C'est de cette façon que les internautes votent sur le site officiel d'Animafac pour désigner l'affiche lauréate, le meilleur clip vidéo et le spot radio le plus réussi du concours sur la sécurité routière !

2/ RÉDIGER LE RÈGLEMENT

Toutes ces questions élaguées, vous allez désormais pouvoir écrire le règlement. Les articles L121-35 et suivants du code de la consommation doivent y figurer. Les informations prioritaires à fournir concernent l'identité de l'organisateur du concours, les dates de début et de fin du jeu, et bien sûr les personnes concernées. Les modalités de participation et de détermination du ou des gagnants (jury, tirage au sort, questions subsidiaires, etc.) seront ensuite évoquées et les lots précisés.

Un article relatif au droit à l'image vous permettra de publier les noms, les coordonnées, et éventuellement la photo des gagnants. De la même manière, un article relatif à une cession de droit de la part des candidats vous permettra d'imprimer, de publier, de diffuser et de reproduire sous toutes formes leurs créations. **Gare également aux droits d'auteur !** Faites attention à ce que les images et sons utilisés par les candidats soient bien libres de droits.

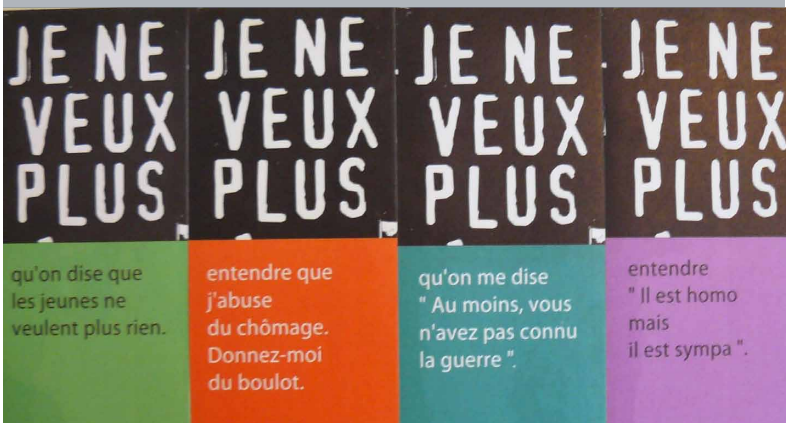
Le règlement mentionnera enfin sa totale acceptation par les participants, la limitation de responsabilité de l'organisateur, et la loi Informatique et Libertés. Il sera clôturé par un article sur son dépôt devant un huissier nominativement déclaré. L'huissier vérifie la présence des mentions obligatoires, puis dresse un procès verbal de constat de dépôt du règlement et des documents annexes. Ledit dépôt doit bien entendu être effectué avant le démarrage du jeu. Le coût du procès verbal de dépôt est variable, mais se situe aux alentours de 160 euros.

Enfin, **soyez très précis sur les formats** : par exemple 40x60 cm avec une version informatique sur CD en format PDF ou jpeg haute définition pour une affiche ; fichier sur CD au format Avi d'une durée maximum d'une minute trente secondes pour une vidéo ; fichier sur CD au format MP3 d'une durée maximum de trente secondes pour un spot radio. Vous pouvez même préciser que la production doit être en version stéréo avec un format de compression MP3 à 192 Kb/s !

© Hervé Kefiness

LA FORÊT DES "JE NE VEUX PLUS"

Lors du forum des associations étudiantes organisé par Animafac en 2006, un stand a particulièrement attiré l'attention. L'animation était visible de loin car constituée par une multitude de bandes magnétiques fluo tombant du plafond. En s'approchant, le visiteur était invité à laisser son avis sur cet « arbre » particulier. Très concrètement, on lui proposait d'exprimer sur un autocollant intitulé « je ne veux plus », caractérisé par un carré blanc vierge, ce qui lui tenait à cœur (« je ne veux plus avoir à choisir entre la bouffe et le chauffage », « je ne veux plus avoir à faire semblant d'être heureux »...). Une fois la case vierge remplie, il pouvait alors coller sa contribution sur l'une des multiples bandes magnétiques suspendues au plafond. Résultat, à la fin de la nuit était née une forêt de « je ne veux plus », œuvre collective de multiples jeunes investis dans des associations de toutes les régions de France et d'ailleurs. Tout le monde pouvait d'ailleurs passer au travers de la « forêt », en écartant les rubans de la main. L'initiative éphémère a débouché sur une création plus durable : une trentaine de messages, jugés les plus représentatifs, ont alors été imprimés sur des autocollants de couleur, diffusés durant les années qui ont suivi.


JE NE VEUX PLUS
qu'on dise que les jeunes ne veulent plus rien.
JE NE VEUX PLUS
entendre que j'abuse du chômage. Donnez-moi du boulot.
JE NE VEUX PLUS
qu'on me dise " Au moins, vous n'avez pas connu la guerre ".
JE NE VEUX PLUS
entendre " Il est homo mais il est sympa ".

De la même manière que la forêt de « je ne veux plus » (voir encadré p.56), des formes bien plus spontanées sont possibles pour un appel à créations. Lors d'un événement ou d'une manifestation d'ampleur, gardez l'œil sur les possibilités d'y insérer une animation de ce type : un court-métrage, un journal étudiant, un scénario en 24 heures, un petit espace transformé en atelier d'écriture twitter, ou en photomaton poétique... Une fois que le principe vous est familier, la voie est libre pour trouver votre manière de le concrétiser.

3/ LANCER L'APPEL

Trois mois avant la clôture annoncée de votre concours, lancez l'appel à créations. Les outils de communication à votre disposition sont aussi variés que le type de créations que vous demanderez : affiche, site internet (bandeau, newsletter), spot radio, vidéo, clip... Selon le thème et le support choisi pour votre appel, vous pouvez cibler les écoles de graphisme et de ciné pour des affiches ou des courts-métrages, les facs littéraires et bibliothèques pour un appel à poèmes ou romans, les blogs et plateformes de passionnés pour des créations web... Plus globalement, les partenaires classiques de la vie étudiante sont à privilégier (CNOUS, A+U+C, CPU), mais aussi les fédérations et centres de ressources culturels, les écoles d'art et de cinéma, les MJC, les bureaux des élèves...

Outre ces réseaux spécifiques et généralistes, pensez aux sites jeunesse (Studyrama, Cap campus, Canal Sup emploi, jeunes.angers.fr...) **et aux sites culture** (le webzine Artmaniaque, Alter' Cultur, newsletter de la Cité de la musique, mensuels culturels gratuits tels que le Petit Bulletin à Lyon...).

Une fois toutes vos cibles identifiées et leurs coordonnées rentrées dans votre base de données dédiée, vous pouvez passer à la phase d'envoi. En général, un tel lancement se fait par téléphone, puis par mail ou courrier. Élément primordial pour que le message passe, n'oubliez pas le suivi auprès de vos interlocuteurs, une semaine, puis un mois après l'envoi : les profs ont-ils bien fait passer le message aux élèves ? Où est affiché l'appel ?

La grande majorité des envois des création par les candidats sont effectués quelques jours avant la

clôture du concours, voire le dernier jour : difficile de prévoir le taux de participation ! Un bon suivi devrait néanmoins vous permettre de flairer la tendance.

4/ ORGANISER LA SÉLECTION DE VOTRE LAURÉAT

L'appel est clos, votre boîte aux lettres ou votre boîte mail déborde d'œuvres créatives. Reste à organiser votre jury. Faute d'interface automatisée de gestion des dossiers, vous devrez mettre à jour manuellement les informations sur les candidats et les rappeler en cas de pièces justificatives manquantes, sans tomber dans les dérives d'une trop grande souplesse. Il faut savoir dire stop aux cas particuliers !

Animafac s'organise en deux temps pour ses concours « chacun son asso » et « sécurité routière » : un jury se réunit pour sélectionner les finalistes de chaque catégorie puis, par la suite, les internautes votent pour élire les vainqueurs. Mais vous pouvez tout à fait préférer réunir plusieurs comités de sélection plutôt que de passer par le vote en ligne.

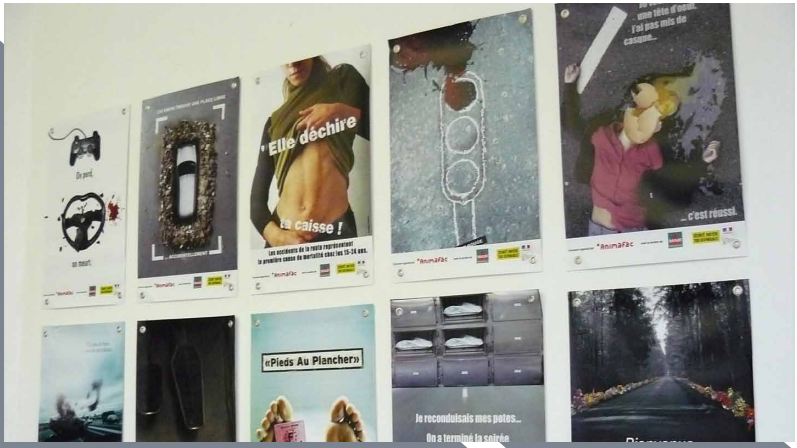
Réunir un tel jury mérite d'y consacrer du temps et des forces. **Cette étape est une opportunité pour légitimer votre concours et vous faire connaître auprès de personnes reconnues du secteur**. Elle vous permet de soigner vos relations avec vos financeurs : les inviter à faire partie d'un jury vous permettra de marquer des points. Un partenariat avec un artiste célèbre, participant au jury, peut aussi donner plus d'ampleur à votre initiative. Pensez à inclure un journaliste également : vous pourrez conclure un partenariat avec son média pour vous accompagner tout au long du concours (relais de l'appel à création, annonce du lauréat avec interview, puis diffusion du spot gagnant par exemple pour la radio).

Enfin, n'oubliez surtout pas d'y inclure des associatifs !

Soignez la convivialité qui entourera la délibération : prévoyez un buffet (solidaire), éventuellement une animation et cadrez les débats.

5/ RÉCOMPENSER VOTRE LAURÉAT ET LE FAIRE CONNAÎTRE

Les jurés se sont prononcés. Le(s) lauréat(s) est/sont désigné(s). Reste maintenant à récompenser de manière solennelle et impactante qui de droit. Organiserez-vous une conférence de presse ? Une cérémonie publique de remise des prix ? Vous pouvez même envisager une soirée où vous ferez suivre l'annonce des créations retenues et le discours officiel par un concert, afin de rendre les choses encore plus attrayantes ! **Quelle que soit la forme que vous choisirez, l'officialisation du gagnant doit marquer le coup**. Par correction, n'oubliez pas d'appeler chacun des candidats malheureux pour leur annoncer le résultat et les inviter à la remise des prix ! Une fois le gagnant couronné, reste à diffuser les œuvres sélectionnées au maximum. C'est là que vos partenariats comptent : les universités que vous aurez contactées pourront par exemple s'engager à installer l'affiche sur les murs de la fac. Sollicitez également les musées, les salles de concert, les bars, la FNAC... L'important est de bien préparer tous ces partenariats en amont !



© Olibac

Organiser une manifestation autour de l'écrit

© Plume01

« Investir l'espace public à travers un acte artistique est souvent vécu comme l'exercice d'une liberté inaliénable. (…) Lorsque l'occupation de l'espace public s'est produite, que la représentation a eu lieu, le lendemain la rue apparaît comme une grève dont se seraient retirées les vagues. » (José Rubio, Coordinateur du groupe de travail du Temps des arts de la rue) Et lorsque les mots investissent l'espace ? Ne permettent-ils pas eux aussi d'agir pour le plus grand bien de la protection de l'environnement, de la mixité sociale ou de toute autre cause que vous souhaitez défendre ? Petit tour d'horizon des pratiques permettant de frapper les esprits par le verbe !

1/ UN SALON DU LIVRE

Une journée du livre a la particularité d'être originale, culturelle et de rassembler les étudiants. Pour peu qu'elle soit thématique, vous pourrez l'accompagner d'un colloque ou d'un débat avec les auteurs, tout en restant dans le cadre de la détente. Rien n'est cependant figé, votre événement peut prendre de multiples formes, et c'est à vous qu'il reviendra de lui donner la connotation que vous souhaitez. **Mais attention, on ne monte pas un salon du livre comme une manifestation culturelle ordinaire**. Et encore moins comme une opération commerciale : un livre n'est pas simplement un objet aliénable à titre onéreux. Un livre se lit, et c'est ce qui est écrit à l'intérieur qui fait que parfois on le jette au feu. Une journée du livre peut ainsi devenir un acte militant (le maire de votre ville, qui a l'esprit badin, a par exemple dit pour rire au conseil municipal « *quand j'entends le mot culture je sors mon revolver* »). Mais ce sera toujours un acte civique : vendre des livres, les mettre à la disposition des étudiants et confronter les auteurs à leur public, c'est à la fois encourager la lecture et faire vivre l'édition, qui en a bien besoin.

On peut également organiser un salon du livre spécialisé pour un public précis : un salon du livre sur l'énergie nucléaire dans une fac de sciences par exemple. Mais si votre objectif n'est que de vendre des livres, vous risquez d'entendre souvent revenir les mots « Salon de la Porte de Versailles ». Lancez-vous plutôt dans une soirée : c'est moins long et ça rapporte plus !

✔ *Les détails*

Pour que votre journée soit, comme les réunions de l'ambassadeur, un véritable succès, il faut s'y prendre à l'avance. Comptez donc au moins deux mois de préparation. Oui, deux mois ! On vous avait prévenu, c'est du boulot.

✔ *La bonne période*

Pas de recette miracle. Sachez seulement que le temps des salons vient d'ordinaire en automne (rythme des parutions oblige) et qu'il peut être astucieux de vendre des bouquins à la veille des fêtes : pourquoi ne pas installer un stand papier cadeaux ? Néanmoins on se doute bien que vous ne serez pas les seuls à avoir la même idée : renseignez-vous sur ce qui se fait dans votre région.

✔ *Comment s'organiser ?*

Seul ou à plusieurs associations, il faut pouvoir mobiliser au moins une dizaine d'étudiants afin de les répartir dans différents groupes de travail. Si vous faites le choix de porter le projet à plusieurs associations, ce sera une bonne occasion pour lui donner plus d'envergure. Il vaut mieux éviter le partage du travail entre associations pour préférer une fusion suivant les affinités et compétences de chacun. Une fois votre équipe au complet, répartissez tout ce beau monde dans des groupes de travail pour gagner en efficacité.

📖 *Pour plus d'informations, reportez-vous à la fiche pratique : « Organiser un événement inter-associatif » disponible sur le site d'Animafac, rubrique « Boîte à outils».*

✔ *Les groupes de travail*

Constituer quatre ou cinq groupes (ou « commissions », si on a l'esprit administratif) est un bon choix. Cela correspond grosso modo au nombre de tâches à exécuter : inviter les auteurs, informer la terre entière de votre projet (étudiants, public, presse), trouver et préparer un lieu où rassembler vos auteurs, financer le tout. Chaque commission devra avoir un coordinateur, qui, comme son nom l'indique, coordonnera les efforts de tous, rappellera les participants et organisera les réunions.

Il faut éviter de faire de chaque commission un monde clos : il est important de tenir des réunions de coordination avec l'ensemble

des personnes investies car vous verrez rapidement qu'un salon du livre est un bloc et que d'une commission à l'autre, une bonne communication reste la clé du succès. Mais aussi parce qu'en s'y prenant des semaines à l'avance, on risque de voir la mobilisation retomber après les premiers jours de travail intensif. Ces réunions sont une bonne occasion pour maintenir la joie et l'allégresse parmi les organisateurs et remobiliser tout le monde en faisant participer chacun aux décisions. Elles permettent ainsi de ne pas partir à cinq cents pour finir à trois ou quatre le jour J…

✔ *Dans quel esprit inviter les auteurs ?*

N'oubliez pas que ce genre de manifestation est très répandu et pris en charge par de grosses structures qu'il ne vaut mieux pas concurrencer. **L'objectif est donc de trouver LA bonne raison qui motivera les auteurs** à venir passer leur journée à écrire « à Zezette, bien amicalement » sur la première page de leur bouquin ! Leur principale motivation pour venir assister à votre salon sera de rencontrer des jeunes qui pratiquent la lecture et seraient susceptibles de lire leurs œuvres et d'en parler. Préparez donc un dossier complet dans lequel devront apparaître les éléments suivants : qui organise le salon, sa date, où il se tiendra et surtout la raison pour laquelle ce salon n'est pas le énième où ils viendront s'ennuyer et vendre, s'ils ont de la chance, un voire deux livres. **N'hésitez pas à proposer quelques animations supplémentaires, pour ne pas faire de votre journée une simple opération commerciale** : avoir des auteurs réunis ensemble dans votre fac est une trop belle occasion pour se contenter de monter une librairie éphémère.

Organisez donc des stands à thème, des coins débats que vous aurez soigneusement élaborés, des animations (théâtre, lectures, improvisations, petites expos…). Dans le dossier, n'hésitez pas non plus à donner un peu de personnalité à votre manifestation. Si vous êtes dans une grosse fac de lettres ou de sciences humaines, par exemple, dites qu'aucun salon ne se fait dans la région et mettez en avant l'idée que vous êtes les seuls à proposer une rencontre pour

les étudiants, qui rêvent de pouvoir approcher les auteurs, les toucher et humer enfin la quintessence de leur esprit dans un périmètre clos…!

✔ *Comment les inviter ?*

Il n'est pas difficile d'inviter des auteurs : il suffit de taper leur nom dans un moteur de recherche pour voir apparaître la maison d'édition qui les publient et la liste de leurs derniers ouvrages. Il vous faudra ensuite écrire une jolie lettre très motivante à ladite maison d'édition « à l'attention de votre auteur » , où vous énumérerez toutes les bonnes raisons qui le pousseront à venir dans votre fac. C'est après que les choses se compliquent. Il vous faudra recontacter la maison d'édition par téléphone une semaine ou dix jours après, demander à parler à l'attaché de presse, et faire le point sur votre demande. **Trois conseils** : commencez (très) tôt et visez large, car 10 ou 15% de réponses positives représentent déjà un bon score ! Ensuite, dès la première réunion, donnez à chacun des organisateurs, quelque soit son groupe, un nombre d'auteurs dont il sera responsable : c'est un très gros travail, il faut le répartir dès le début. Enfin, prévenez également les étudiants de votre fac : on ne sait jamais, certains auront peut-être dans leurs connaissances un moyen de toucher plus directement les auteurs. Dans ce domaine, les « relations » sont d'une efficacité incomparable.

✔ *Où faire la journée du livre ?*

Pourquoi pas dans le hall que l'on aura si possible rendu plus convivial à l'aide de quelques artifices bien imaginés : des tables, des plantes vertes, un peu de moquette, du papier craft, quelques bouteilles (eau et jus d'orange obligatoire, voire Bourbon, si vous avez les moyens…), et surtout des accompagnateurs pour assister les auteurs et… leur faire la conversation s'ils s'ennuient !

Si votre salon est plutôt ouvert, invitez quelques dessinateurs et auteurs de BD : leur succès est assuré, et cela mettra une bonne ambiance. Vous pouvez même demander à l'un d'eux de faire le dessin de l'affiche, ou d'utiliser l'un des siens à des fins de communication. Un problème toutefois : pendant les salons du livre, les dessinateurs sont les seuls à vraiment bosser… Au bout du 150ème Mickey Mouse « pour ma petite sœur

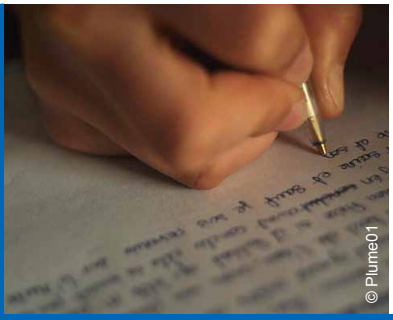
s'il vous plait » il leur arrive d'avoir les yeux rouges, le teint vert, la plume molle et, alors qu'ils se trouvent dans un état de déliquescence avancée, de s'enfuir ventre à terre en jurant qu'on ne les y reprendra plus. Ce sera malheureusement souvent une bonne raison pour décliner votre invitation !

✔ *Combien de temps doit-elle durer ?*

Tout dépend du nombre d'auteurs que vous attendez et de la place dont vous disposez. En général, une fenêtre de 14h à 18h est amplement suffisante. Une forte activité se constate généralement vers 15h, après le déjeuner.

✔ *Où trouver les livres ?*

Tout dépend de votre motivation. Si vous voulez gagner un peu d'argent, vous pouvez prendre vous-même en charge la gestion des ventes du début à la fin. Mais il faudra alors assurer la commande des bouquins, leur livraison, le retour des invendus... En un mot, un travail énorme qui vous prendra pas mal de temps et d'énergie. La solution de facilité consiste à faire appel à un libraire. Essayez d'en dégoter un de taille raisonnable et pas trop éloigné, pour qu'il puisse garder avec vous un contact permanent et trouve un réel intérêt à travailler pour votre salon. Il tiendra alors une caisse dans l'enceinte même de la fac, et se sera chargé de passer lui-même les commandes, à condition que vous l'ayez prévenu suffisamment tôt.


© Plume01

✔ *La publicité*

Si le salon se tient en plein hall ou à un endroit stratégique de votre campus, vous êtes assurés de la présence d'un minimum d'étudiants. Mais « toujours plus » étant votre devise, une publicité d'enfer peut vous faire doubler le nombre des présents. Radios, encarts dans les journaux... Tout est bon, même si cela dépendra surtout de vos moyens financiers et de vos réseaux. En revanche, utilisez tout de même les outils

de communication classiques : tracts, affiches, autocollants, réseaux sociaux... Et balancez tout quelques jours avant le salon, il est inutile de s'y prendre trop tôt.

✔ *Les sponsors*

Dans ce domaine, vous avez de réelles chances de parvenir à vos fins. En effet, une entreprise pourra considérer, outre l'avantage d'une manifestation au cœur de la fac, qui attirera forcément l'attention des étudiants, un vrai gain d'image : le livre bénéficie toujours d'une forte sympathie, et si vous avez une star, la publicité pour l'entreprise est assurée. La même remarque vaut pour vos éventuels partenaires publics.

✔ *Aller plus loin*

Il existe un organisme - « la maison des écrivains et de la littérature » - peu connu des associations étudiantes, mais qui a pour but, entre autres, de promouvoir les manifestations autour des livres dans les universités. Un simple salon commercial ne les passionnera pas vraiment : en revanche, si vous savez monter des activités, même modestes, en amont de votre journée, de manière à mettre davantage l'écriture et les écrivains en avant, (ce que nous ne pouvons que vous encourager à faire) il vous sera possible de monter un partenariat avec eux.

© Millebé

2/ UNE MANIFESTATION LIÉE À LA POÉSIE

La poésie est un moyen d'expression qui se plie facilement à la forme courte. Comme les cactus, il suffit de l'arroser de temps en temps de quelques gouttes pour la faire vivre. Sans pousser plus loin la métaphore horticole, on dira que la poésie trouve le temps de s'inscrire dans le quotidien et permet de « filer » l'action que vous désirez entreprendre. L'idée consiste à faire passer votre message en douceur, grâce à cette forme d'écriture particulière. Car **malgré sa forme courte, le poème peut néanmoins vous permettre de frapper les esprits** : le poète que vous choisirez mettra ainsi son art au service d'une cause, au-delà d'un simple engagement créatif.

Les possibilités d'utilisation du poème sont multiples. L'affichage est une solution, comme le pratique depuis un certain temps la RATP dans le cadre du Printemps des Poètes. Placées à des endroits stratégiques ou synonymes d'attente (ascenseurs et autres antichambres), ces affiches rappellent les dazibao chinois, incitent à la réponse et frappent les esprits forts et naguère insensibles. Il est également possible de faire des interventions dans différents lieux de vie et de passage, aussi bien à l'université, aux cafét' et restos U, que dans la ville, sur les places publiques, dans les gares ou encore dans des bars. Ces interventions peuvent être des lectures, d'apparence spontanée, des distributions de poèmes sur papier ou de véritables performances, des « happenings ».

Deux possibilités s'offrent à vous si vous souhaitez utiliser la forme poétique pour rallier le public à votre cause ou le sensibiliser à des situations jugées inacceptables : soit vous trouvez votre bonheur parmi la multitude de poèmes déjà existants, auquel cas le paragraphe suivant vous concerne ; soit vous préférez faire participer vos compères à la création d'œuvres subversives, et vous vous reporterez à la partie « Faire appel aux talents de vos pairs ».

✔ *Où l'on précise quelques points techniques*

Attention aux droits d'auteur ! Logiquement, toute reproduction ou diffusion d'un texte déposé, qui dépasse les bornes d'une citation (en général, autour de six lignes) est

soumise à l'accord de l'auteur ou de ses ayant-droits et au paiement de droits. En ce qui concerne la poésie, et principalement sa lecture en public, les règles sont plus floues, et plus souples, surtout si votre manifestation est gratuite et n'entraîne pas de bénéfices directs. N'hésitez pas à contacter la Société des gens de Lettres ou la SACD, en fonction de vos intentions (coordonnées disponibles à la fin de la fiche).

Important : l'œuvre écrite tombe dans le domaine public soixante-dix ans après la mort de son créateur. Vous n'aurez donc rien à payer aux ayant-droits de Ronsard !

3/ FAIRE APPEL AU TALENT DE VOS PAIRS

Quelle que soit la forme écrite que vous souhaitez utiliser pour faire passer votre message, vous avez la possibilité de miser sur vos talents et ceux de votre entourage. Pour peu que vous cadriez un peu les choses, vous pourrez ainsi faire émerger des écrivains insoupçonnés, qui, déjà ralliés à votre cause, permettront de faire passer vos messages de façon percutante.

✔ *Organiser un concours d'écriture*

Vous pouvez organiser un concours, à l'aide de partenaires choisis, et faire ainsi miroiter de fabuleux prix aux étudiants ébahis. Ces concours peuvent se présenter sous deux formes : soit en faisant plancher les concurrents pendant un temps déterminé (du jour au lendemain), soit en fixant une taille maximale et une date limite de dépôt des textes. En ce qui concerne le genre, la nouvelle et le poème sont les formules les plus courantes. Pour définir le thème, réfléchissez bien au message que vous souhaitez faire passer et choisissez des sujets imposés, comme par exemple « inégalités », « droits de l'homme » ou encore « réchauffement climatique ». Si les sujets sont infinis, tout comme les causes que l'on peut souhaiter défendre, n'oubliez pas que plus il y

a de contraintes, plus l'exercice est amusant. Et qu'un sujet original vous assurera un nombre plus important de participants.

À cet égard, attention aux bides : inutile de rappeler l'importance de la publicité et l'intérêt d'un prix appréciable, histoire de ne pas faire concourir trois pelés et deux tondus (ce qui est toujours mieux qu'un seul tondu). Ce genre d'initiative est toujours assez apprécié, les étudiants adorent que l'on parle d'eux.

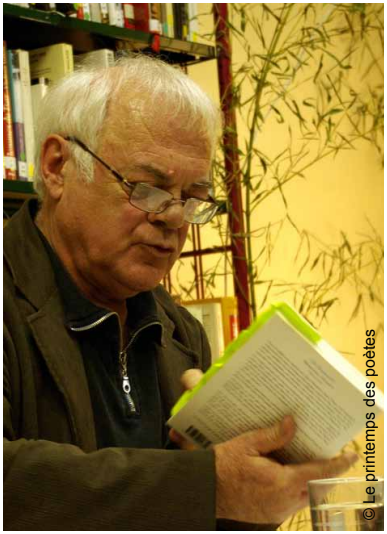
📖 *Pour plus d'informations sur les questions pratiques liées à l'organisation d'un tel concours, reportez-vous à la fiche « Lancer un appel à créations artistiques », p. 52.*

✔ Organiser des ateliers d'écriture

A la différence d'un concours, les ateliers vous permettront, grâce à la constitution d'une équipe d'écrivains en herbe, d'instaurer un suivi sur le long terme de leur travail. Ce travail collectif s'inscrira dans la perspective d'un progrès, grâce à la mutualisation des connaissances et la mobilisation de talents divers et complémentaires. Vous pourrez ainsi, par exemple, associer un étudiant spécialisé dans la finance responsable à un autre engagé dans une association de défense de l'environnement pour proposer un texte permettant de sensibiliser de grandes banques françaises à l'impact carbone.

Lors de ces ateliers, on se rassemble et on écrit sur des thèmes, ou en suivant des consignes particulières. Par exemple, on balance des mots sur le thème « pour vous la maison éco-responsable idéale, c'est quoi ? », on choisit trois mots parmi ceux jetés sur le papier, on les raye, on les réécrit… **Le rôle de l'animateur d'atelier est prépondérant.** C'est lui qui saura effectuer un travail de chauffe pour délier les plumes, qui commentera les textes et les corrigera dans la mesure du possible. Veillez donc à bien le choisir. Dans l'idéal, ce sera un écrivain, mais vous pouvez aussi miser sur les talents des étudiants en lettres de votre établissement, probablement plus faciles à mobiliser… !

Cette expérience, si elle est bien conduite, fera beaucoup d'émules, notamment parce qu'elle permet de s'exprimer par écrit en groupe, sans complexe, et de progresser. Plus innovants, des ateliers slam ou l'écriture d'un roman sur twitter


© Le printemps des poètes

sont également à votre portée !

Pour vous permettre de mettre en valeur tout ce travail, vous pouvez organiser des événements de restitution, pour lesquels la venue d'un auteur concerné par le sujet ou qui a écrit sur la question, peut donner plus d'ampleur à votre projet. D'ailleurs, au cours d'une semaine d'exposition ou de collecte, faire venir un essayiste ou un romancier dans le cadre d'un débat, suivant la lecture de votre texte, permettrait de finir ou de commencer votre manifestation par un point d'orgue ou de la recentrer sur un moment fort.

Comment mettre la main sur des écrivains ?

Le moyen le plus efficace est encore de s'adresser à la Maison des écrivains et de la littérature. Lieu de rencontre pour les écrivains français et étrangers, espace de réflexion sur le rôle de l'écrivain aujourd'hui, elle est précisément là pour ça. Dans le cadre d'un dispositif intitulé « Le Temps des Écrivains à l'université et dans les grandes écoles », elle vous aide financièrement et vous apporte une aide tant technique que logistique : elle vous aide à élaborer votre projet, vous propose éventuellement des auteurs susceptibles de s'inscrire dans votre action et facilite vos démarches auprès de ceux que vous souhaitez recevoir. La rémunération des écrivains venus participer à votre événement peut être prise en charge partiellement par la Maison des écrivains et de la littérature. Le principe est celui d'un financement à parité des interventions des auteurs : 50 % pour l'association et 50 % pour la Mel. Une intervention dure deux ou trois heures et correspond à un coût de 221.20 euros, charges sociales comprises.

N'oubliez de faire également appel à la bibliothèque de votre fac, évidemment concernée par la question et qui pourrait se montrer sensible à vos initiatives.

✔ Où l'on donne quelques bonnes pistes

Autour du verbe encore, les concours d'éloquence ont généralement toujours beaucoup de succès. Il s'agit de proposer aux étudiants d'écrire un texte sur un sujet déterminé (politique ou autre, mais les discours politiques ont toujours plus de gueule, rapport aux effets de manchette), et de le faire prononcer devant un public composé de notables et autres personnalités. Dans la même veine, les concours de plaidoirie pour les juristes marchent très fort dans certaines facs de droit. Pour donner un tour national à votre projet, entrez en contact avec des associations déjà existantes.

Enfin, au delà des partenaires que l'on peut solliciter habituellement pour aider à la réalisation d'un projet étudiant (CNOUS et CROUS, collectivités territoriales, etc.) on citera deux soutiens possibles à vos manifestations. La Maison des écrivains et de la littérature (voir encadré p. 71) est le premier, qui vous met en contact avec des auteurs susceptibles de se déplacer pour votre événement (ah, une lecture et une analyse faites par l'auteur lui même !). Le second soutien est le Centre National du Livre (CNL) qui peut vous octroyer une subvention.

© Dawn Endico

Les ressources pour organiser une manifestation autour de l'écrit

La SGDL, Société des gens de lettres

Fondée en 1838 par des écrivains, elle a pour vocation de défendre les auteurs de l'écrit. Renseignements pratiques et forum sur ***www.sgdl.org***

La Maison des écrivains et de la littérature

Un lieu de rencontre autour de la littérature contemporaine française et internationale. ***www.m-e-l.fr***

CNL - Centre National du Livre

Il apporte un soutien financier à l'ensemble de la chaîne du livre : auteurs, éditeurs, libraires, bibliothèques. ***www.centrenationaldulivre.fr***

Le Printemps des Poètes

Site web officiel de l'association, qui propose une poéthèque et des outils pédagogiques.
www.printempsdespoetes.com

Le Service du Livre et de la Lecture

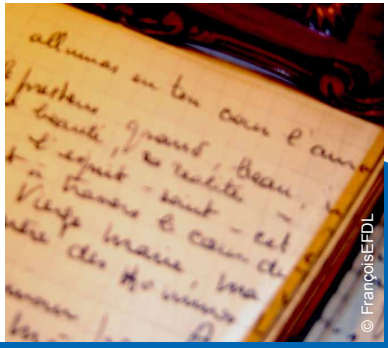
C'est un service de la direction générale des Médias et des Industries culturelles du ministère français de la Culture et de la Communication, chargé de l'application de la politique française en matière de bibliothèques et d'économie du livre (libraires, éditeurs...).
www.dgmic.culture.gouv.fr

La Société Nationale des Auteurs Indépendants

Réaliser une couverture, obtenir un numéro ISBN, trouver un correcteur... La SNAI soutient et accompagne les auteurs indépendants dans leurs démarches quotidiennes.
www.lasnai.com

La SACD, Société des Auteurs et Compositeurs Dramatiques

Fondée en 1777 par Beaumarchais, la SACD a pour mission de protéger les droits des auteurs. Retrouvez une présentation, toutes les informations pratiques et les actualités sur ***www.sacd.fr***



notes

23, rue Dagorno - 75012 Paris
Tel. 01 42 22 15 15 - Fax 01 42 22 53 15
info@animafac.net
www.animafac.net

Associations engagées

L'Art au service d'une cause

Edité par Animafac, en partenariat avec le ministère de la Culture et de la Communication, le présent livret se veut un outil d'aide à l'engagement étudiant.

Quelle que soit la cause que vous défendez et le message que vous souhaitez faire passer, il vous donnera des pistes pour le faire de façon efficace et inventive.

Que vous soyez associatif passionné, amateur éclairé ou encore débutant motivé, vous trouverez ici tous les conseils pour vous permettre de sortir des sentiers battus et utiliser l'Art... au service d'une cause !